



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN  
LA TIENDA DAMARIS ACCESORIOS E.I.R.L. EN LA  
PROVINCIA DE SULLANA, AÑO 2019**

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

AUTORA

**CHUYES PALACIOS, ERIKA BEATRIZ**

**ORCID: 0000-0002-0988-2957**

ASESOR

**MG. RAMOS ROSAS, CARLOS DAVID**

**ORCID: 0000-0002-5868-2441**

**SULLANA – PERÚ**

**2020**

## **Equipo de trabajo**

### **AUTORA:**

Chuyes Palacios, Erika Beatriz  
ORCID: 0000-0002-0988-2957  
Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote Estudiante de Pregrado,  
Sullana, Perú

### **ASESOR:**

Mg. Ramos Rosas, Carlos David  
ORCID: 0000-0002-5868-2441  
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Facultad de Ciencias  
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración,  
Sullana, Perú

### **JURADO:**

Rosillo de Purizaca, María del Carmen  
ORCID: 0000-0003-2177-5676  
Salinas Gamboa, José German  
ORCID: 000-0002-8491-0751  
Mino Asencio, Maria Isabel  
ORCID: 0000-0003-1132-2243

**Jurado evaluador y asesor**

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

**Presidente**

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

**Miembro**

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

**Miembro**

Mg. Ramos Rosas, Carlos David

ORCID: 0000-0002-5868-2441

**Asesor**

## **Agradecimiento**

A Dios por estar conmigo en todo momento de mi vida, por ser mi luz y mi esperanza, por la gran oportunidad de haberme permitido llegar a culminar con éxito una etapa más de mi vida.

A mis padres por el esfuerzo y dedicación para que sea un buen profesional.

## **Dedicatoria**

A mis queridos padres, primeramente, por darme la vida, formación en el hogar y el apoyo necesario, a ti madre por darme lo mejor y siempre estuviste ahí conmigo motivándome día a día en mis momentos de estudio además los valores que me ayudan a ser una buena persona, por bríndame la gran confianza para desarrollarme en la vida. En general a toda mi familia.

## Resumen

Esta investigación tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019; con el cual da respuesta a la siguiente interrogante: ¿Cuáles son sus principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019?, la investigación es de nivel descriptiva, tipo cuantitativa, diseño no experimental de corte transversal. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, conformado de 31 preguntas cerradas, la población en la variable gestión de calidad es 16 colaboradores y atención al cliente es 68 clientes. Obteniendo que el 88% consideró que la empresa siempre ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad, el 84% consideró que el personal de caja siempre muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto, concluyo que los principios de la gestión de calidad que identifican es relación de mutuo beneficio con proveedores, esta ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos, mejorar la productividad; enfoque de procesos porque busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua y las claves esenciales de la atención al cliente que se describen es adaptarse a cada cliente ya que el personal tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios.

**Palabra clave:** Atención al cliente, gestión de calidad, micro y pequeña empresa.

## **Abstract**

The general objective of this research is: To determine the main characteristics of quality management and customer service in the Damaris Accesorios E.I.R.L. in the province of Sullana, year 2019; with which he answers the following question: What are your main characteristics of quality management and customer service in the Damaris Accesorios E.I.R.L. in the province of Sullana, year 2019 ?, the research is descriptive level, quantitative type, non-experimental cross-sectional design. To collect the information, the survey technique and the questionnaire instrument were used, made up of 31 closed questions, the population in the quality management variable is 16 employees and customer service is 68 customers. Obtaining that 88% considered that the company has always developed strategic alliances with suppliers to be more competitive and improve productivity, 84% considered that the cashier staff always show empathy when collecting the product, and concluded that the principles of quality management that identify a mutually beneficial relationship with suppliers since the company has developed strategic alliances with suppliers to be more competitive and improve productivity; process approach because it seeks to improve its management through continuous improvement and the essential keys of customer service that are described is to adapt to each client since the staff has an appropriate tone of voice when providing their services .

**Keyword:** Customer service, quality management, micro and small business.

**índice general****contenido**

Equipo de trabajo .....	ii
Jurado evaluador y asesor .....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract .....	vii
índice general .....	viii
Índice de tablas .....	xi
Índice de gráficos.....	xiii
Índice de cuadros .....	xv
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura .....	23
2.1. <i>Antecedentes</i> .....	23
2.1.1. <i>Variable Gestión de calidad</i> .....	23
2.2.1. <i>Variable Atención al Cliente</i> .....	35
2.2. <i>Bases teóricas</i> .....	46

2.2.1.	<i>Gestión de Calidad</i> .....	46
2.2.1.1.	<i>Concepto de Gestión de calidad</i> .....	46
2.2.1.2.	<i>Principios de la gestión de calidad</i> .....	49
2.2.1.3.	<i>Beneficios de la gestión de calidad</i> .....	52
2.2.2.	<i>Atencion al cliente</i> .....	56
2.2.2.1.	<i>Definición de atención al cliente</i> .....	56
2.2.2.2.	<i>Claves esenciales de atención al cliente</i> .....	58
2.2.2.3.	<i>Cualidades del personal de atención al cliente</i> .....	62
III.	<i>Hipótesis</i> .....	66
IV.	<i>Metodología de la investigación</i> .....	67
4.1.	<i>Diseño de la investigación</i> .....	67
4.2.	<i>Población y muestra</i> .....	68
4.3.	<i>Definición y operacionalización de las variables</i> .....	71
4.4.	<i>Técnicas e instrumentos de la recolección de datos</i> .....	75
4.5.	<i>Plan de análisis</i> .....	76
4.6.	<i>Matriz de Consistencia</i> .....	76
4.7.	<i>Principios éticos</i> .....	78
V.	<i>Resultados</i> .....	80
5.1.	<i>Resultados</i> .....	80

5.2. Análisis de Resultados.....	127
VI. Conclusiones.....	150
VII. Aspectos complementarios.....	152
Referencias Bibliográficas.....	160
Anexos.....	170
1. Cronograma.....	170
2. Presupuesto.....	171
3. Cuestionario.....	174
4. Análisis de confiabilidad.....	180
5. Cuadro de resultados.....	183
6. Libro de códigos.....	187
7. Validación del instrumento.....	189
8. Turnitin.....	204
9. Consentimiento informado.....	204

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> <i>Enfoque al cliente</i> .....	80
<b>Tabla 2.</b> <i>Liderazgo</i> .....	82
<b>Tabla 3.</b> <i>Implicación de todo el personal</i> .....	83
<b>Tabla 4.</b> <i>Enfoque de proceso</i> .....	85
<b>Tabla 5.</b> <i>Enfoque de sistema a la gestión</i> .....	86
<b>Tabla 6.</b> <i>Mejora continua</i> .....	87
<b>Tabla 7.</b> <i>Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones</i> .....	89
<b>Tabla 8.</b> <i>Relación de mutuo beneficio con proveedores</i> .....	91
<b>Tabla 9.</b> <i>Potenciar la imagen</i> .....	92
<b>Tabla 10.</b> <i>Mejorar la calidad de los productos</i> .....	94
<b>Tabla 11.</b> <i>Mejora el sistema de trabajo</i> .....	95
<b>Tabla 12.</b> <i>Incrementar la satisfacción de los clientes</i> .....	97
<b>Tabla 13.</b> <i>Incrementar la satisfacción y motivación del personal</i> .....	98
<b>Tabla 14.</b> <i>Intercambio de conocimientos how know</i> .....	100
<b>Tabla 15.</b> <i>Simplificar la interacción y comunicación</i> .....	101

<b>Tabla 16.</b> <i>Satisfacción del cliente</i> .....	103
<b>Tabla 17.</b> <i>Ser cortés</i> .....	104
<b>Tabla 18.</b> <i>Los clientes no se juzgan</i> .....	106
<b>Tabla 19.</b> <i>Clientes autónomos</i> .....	107
<b>Tabla 20.</b> <i>El cliente tiene la palabra</i> .....	109
<b>Tabla 21.</b> <i>Adaptarse a cada cliente</i> .....	110
<b>Tabla 22.</b> <i>Ser educado y respetuoso</i> .....	112
<b>Tabla 23.</b> <i>Tener una gran capacidad de autocontrol</i> .....	113
<b>Tabla 24.</b> <i>Ser positivo</i> .....	115
<b>Tabla 25.</b> <i>Saber escuchar y ser un buen comunicador</i> .....	116
<b>Tabla 26.</b> <i>Ser empático</i> .....	118
<b>Tabla 27</b> <i>Ser ágil</i> .....	119
<b>Tabla 28.</b> <i>Saber trabajar en equipo</i> .....	121
<b>Tabla 29</b> <i>Ser diligente y resolutivo</i> .....	122
<b>Tabla 30.</b> <i>Conocer bien el servicio y la empresa</i> .....	124
<b>Tabla 31.</b> <i>Manejar bien las herramientas tecnológicas</i> .....	125

## Índice de gráficos

<b>Figura 1.</b> <i>Grafico de Barra Enfoque al cliente.</i> .....	81
<b>Figura 2.</b> <i>Grafico de Barra Liderazgo</i> .....	82
<b>Figura 3.</b> <i>Grafico de Barra. Implicación de todo el personal</i> .....	84
<b>Figura 4.</b> <i>Grafico de Barra Enfoque de proceso</i> .....	85
<b>Figura 5.</b> <i>Grafico de Barra Enfoque de sistema a la gestión</i> .....	87
<b>Figura 6.</b> <i>Grafico de Barra Mejora continua</i> .....	88
<b>Figura 7.</b> <i>Grafico de Barra Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones.</i> ....	90
<b>Figura 8.</b> <i>Grafico de Barra Relación de mutuo beneficio con proveedores</i> .....	91
<b>Figura 9.</b> <i>Grafico de Barra Potenciar la imagen</i> .....	92
<b>Figura 10.</b> <i>Grafico de Barra Mejorar la calidad de los productos</i> .....	94
<b>Figura 11.</b> <i>Grafico de Barra Mejora el sistema de trabajo</i> .....	96
<b>Figura 12.</b> <i>Grafico de Barra Incrementar la satisfacción de los clientes</i> .....	97
<b>Figura 13.</b> <i>Grafico de Barra Incrementar la satisfacción y motivación del personal</i> .....	99
<b>Figura 14.</b> <i>Grafico de Barra Intercambio de conocimientos how know</i> .....	100
<b>Figura 15.</b> <i>Grafico de Barra Simplificar la interacción y comunicación</i> .....	102

<b>Figura 16.</b> <i>Grafico de Barra Satisfacción del cliente</i> .....	103
<b>Figura 17.</b> <i>Grafico de Barra Ser cortés</i> .....	105
<b>Figura 18.</b> <i>Grafico de Barra Los clientes no se juzgan</i> .....	106
<b>Figura 19.</b> <i>Grafico de Barra Clientes autónomos</i> .....	107
<b>Figura 20.</b> <i>Grafico de Barra El cliente tiene la palabra.</i> .....	109
<b>Figura 21.</b> <i>Grafico de Barra Adaptarse a cada cliente.</i> .....	111
<b>Figura 22.</b> <i>Grafico de Barra Ser educado y respetuoso.</i> .....	112
<b>Figura 23.</b> <i>Grafico de Barra Tener una gran capacidad de autocontrol.</i> .....	114
<b>Figura 24.</b> <i>Grafico de Barra Ser positivo.</i> .....	115
<b>Figura 25.</b> <i>Grafico de Barra Saber escuchar y ser un buen comunicador</i> .....	116
<b>Figura 26.</b> <i>Grafico de Barra Ser empático</i> .....	118
<b>Figura 27</b> <i>Grafico de Barra Ser ágil</i> .....	120
<b>Figura 28.</b> <i>Grafico de Barra Saber trabajar en equipo</i> .....	121
<b>Figura 29.</b> <i>Grafico de Barra Ser diligente y resolutivo</i> .....	122
<b>Figura 30.</b> <i>Grafico de Barra Conocer bien el servicio y la empresa</i> .....	124
<b>Figura 31.</b> <i>Grafico de Barra Manejar bien las herramientas tecnológicas.</i> .....	126

## Índice de cuadros

Cuadro 1 Cuadro de MYPES en investigación.....	70
Matriz 2: Matriz de operacionalización de variables.....	71
Matriz 3: Matriz de consistencia.....	76

## I. Introducción

Pantigoso (2019) asegura que las mypes son consideradas como las unidades fomentadoras del desarrollo económico, y a la vez son las principales promotoras de empleo y disminución de pobreza. En lo que respecta a temas relacionados con la economía de un país, las micro y pequeñas empresas juegan un papel fundamental. Hoy en día las compañías conocen la importancia de optimizar la calidad de sus bienes y servicios como una manera de aumentar su capacidad de competir a corto y largo plazo. Pero, el reto se encuentra en la forma de conseguir todo aquello. La administración de la calidad gestión de la calidad se basa en el enfoque empresarial que busca conseguir la complacencia de sus compradores y para ello es fundamental que ponga todos sus esfuerzos y acciones orientadas en tal fin. Pero, se ha concluido que la calidad depende de la percepción que tenga el cliente de la misma.

Las micro y pequeñas compañías peruanas conforman el noventa y ocho por ciento de las unidades organizacionales, ofreciéndole trabajo a millones de personas que ayudan al crecimiento económico. También, cabe resaltar que según estas empresas se van desarrollando, nuevas van surgiendo. Esto impulsa la economía. Así pues, del total de organizaciones, el noventa y seis por ciento constituyen el grupo de las mypes. Este número de compañías conforme la ComexPerú, incrementa constantemente. Así pues, las microempresas desempeñan un papel muy importante en el país. Se dice que el Perú es una nación de emprendedores. (Romero, 2019)

La gran cantidad de mypes y la esencial porción de la Población Económicamente Activa que éstas atraen es una particularidad compartida con otras economías. Todos los países cuentan con una alta intervención y colaboración de las mypes y con un gran número de emprendimientos. Sin embargo, en países como el Perú, una gran porción de microempresas tiene graves limitaciones en su desarrollo puesto que no cuentan con una dirección o empleados capacitados; además de su baja capacidad de producir, problemas en las ventas, ganancias reducidas, lo cual significa en altos niveles de subempleo, pobreza e informalidad. Estas cualidades nos permiten conocer y entender el porqué de acciones que fomentan el crecimiento de tales unidades. (Vizcarra, 2019)

Hoy en día, en el Perú hay una variedad de compañías en desarrollo, las cuales están al margen de la formalidad; por esa razón se basa en promover la dinamización de las mismas y conseguir un crecimiento sostenible en el tiempo. Todo esto se es debido a que se cree que este tipo pueden ayudar al desarrollo económico y social del país y a la generación de puestos de trabajo; pero, ese esto no se concreta por la carencia de un sistema tributario equilibrado y ordenado. (Sanchez, 2016)

Del mismo modo, en el interior de estas micro compañías, hay una categorización y distribución conforme el principio de los niveles de acumulación. El primero de estos es el que pertenece a las organizaciones cuya labor es responder a una lógica de obtención de ganancias, en las que se encuentran las compañías con reducidos ingresos. En el segundo están las empresas de desarrollo o acumulación. Es por esa razón que algunos profesionales afirman que las empresas de subsistencia deben ser objeto de políticas de desarrollo. (Arbulú, 2016)

La gran cantidad de compañías pequeñas y el importante número de la PEA que éstas absorben son peculiaridades cruciales en nuestro país. En los países subdesarrollados, muchas microempresas tienen delicadas y complejas limitaciones en su desarrollo como producto de la poca capacitación y profesionalidad del personal y la escasa cantidad de herramientas y recursos, generando así una baja capacidad de competir y de producir, y también un elevado nivel de desperdicios. Pero, estas mismas unidades cuentan con ciertas ventajas, como, por ejemplo: capacidad para adaptarse a los cambios constantes del mercado a los sistemas, y por otro lado que pueda mantener una relación eficiente con los usuarios. (Arbulú, 2016).

La dinamización económica peruana se genera gracias a los emprendimientos. La división organizacional es una de las particularidades de los negocios peruanos. Las micro y pequeñas empresas apuestan por su independencia al momento de estar al frente de los rubros comerciales e industriales. El incremento de mypes en el país nos permite conocer el porqué del crecimiento económico. El mundo empresarial continúa siendo estable gracias a las iniciativas de algunas personas con espíritu emprendedor. Los jóvenes empresarios de hoy en día reciben una asesoría eficaz por parte de las administraciones públicas y cuentan Las microempresas peruanas están logrando beneficios por medio de la amplia plataforma de internet. La nación está pasando por el auge de las ventas online. Este es un aspecto fundamental para asegurar su desarrollo y expansión. (Ortega, 2019).

De esta forma, todos conocen y aseguran la importancia de estas empresas gracias al número de miembros con los que cuenta, su contribución en el aspecto económico y el número. Sin embargo, pese a su esencialidad, la poca participación y presencia de las mismas representa

un grave problema para el país. Por ello, es imprescindible que el estado brinde más y eficientes facilidades para aquellas compañías que desean seguir avanzando. (Fischman, 2019).

Por esa razón, las decisiones operativas tienen la labor de distribuir los diferentes recursos o herramientas eficazmente. Las decisiones estratégicas se refieren a la capacidad de los empresarios para que los bienes ofertados se amolden y adapten a las exigencias de los compradores. Las decisiones tomadas por la alta dirección se enfocan en la estructura empresarial y en la habilidad para conseguir los recursos fundamentales para la organización de tal manera que posibilitan aumentar el desempeño eficiente. Por otro lado, un riesgo que existe en la parte administrativa se relaciona con la estructura de las posiciones de cada miembro, las obligaciones, los flujos de labor e información, los medios, y ubicación de los servicios; y otra parte se refiere a la formación de los individuos, el desarrollo de elementos de entrada, la financiación y temas direccionales. Los problemas externos tienen que ver con el acceso a la tecnología, la infraestructura, la baja demanda, la corrupción. (Avolio, 2019).

De este modo, el control de la calidad en toda entidad posibilitará el ofrecimiento de una atención al usuario óptima, obteniendo así su fidelidad y asegurando su afianzamiento a lo largo del tiempo. Hay diversos estudios realizados en las compañías pertenecientes al sector turismo o rubro entretenimiento tales como discotecas, centros recreacionales y pubs, habiendo muy pocos llevados a cabo en el sector manufactura, y más aún en la metalmecánica donde mayormente las labores se ejecutan conforme a las especificaciones técnicas dadas por los compradores. (Peña, 2017)

Las empresas se desenvuelven en un marco empírico donde se mantiene la orientación empresarial. Hoy en día, el sistema de administración de calidad facilita la adopción e

implementación de un modelo fundamentado en un enfoque por procesos, logrando así beneficios con respecto a la calidad y por ende a la capacidad de competir que va relacionado con la obtención del contentamiento del usuario. La competitividad de los bienes o servicios es un aspecto que les permite diferenciarse de los demás; por tal motivo, se debe determinar dentro de las mypes un enfoque en procesos. Por consiguiente tal control por medio de procesos es un modelo del SGC ISO 9001:2008, la cual fija la adopción y optimización constante de la calidad para incrementar la complacencia del comprador.(Flores & Hidalgo, 2014).

El Sistema de calidad es una herramienta que una empresa decide implantar por voluntad propia con el fin de guiar sus procesos a través de una regla o modelo internacional, lo que se traduce en un esfuerzo, compromiso, y formación constante para la implantación, pero las micro y pequeñas empresas creen que la utilización de este tipo de sistemas solo está disponible y sirve para las grandes compañías y que su activación requiere de un mayor gasto económico, tales aspectos hacen que la adopción de la ISO 9001 se vuelva un poco compleja. En la actualidad, las empresas que implementaron el Sistema de Control de la Calidad cuentan con mucho beneficios y ventajas para reconocer los procesos básicos para garantizar la satisfacción del consumidor, disminuir los gastos, e identificar las herramientas y elementos necesarios para la puesta en marcha eficiente de las acciones y procedimientos. (Castillo, 2020).

La decisión de adoptar un SGC hace que toda la organización se comprometa y por ende se cree un mejor ambiente de trabajo y una mayor comunicación e intercambio en los distintos procesos con el propósito de llevar a cabo todos los periodos de producción y prestación de manera eficiente y efectiva. De tal forma, la obligación de contar con este tipo de sistemas recae en la alta dirección empresarial para de esa forma motivar e impulsar a todas las partes

involucradas y participantes a alinear sus procesos y procedimientos a los requerimientos de la clientela y los mismos son aplicados con mejora constante. (Torres, 2018).

La mejora continua es la última fase del SGC que hace posible perfeccionar los productos o procesos de la compañía con el fin de aumentar el contentamiento de los usuarios y de esa forma poder establecer las metas empresariales según la política de la calidad. Tal etapa conforma el modelo del ciclo de Deming que representa una táctica de excelencia continúa fundamentada en las acciones de planear, realizar, comprobar y actuar, este modelo corresponde a una serie de pautas y pasos a seguir que buscan lograr la perfección de un bien o servicio. (Calle, 2018).

En relación al servicio al usuario, hay que resaltar que esta es una obligación para las empresas con el fin de lograr la fidelización de las personas que lleguen a visitar o comprar en su local comercial. Dada su importancia, las organizaciones se empeñan en ofrecer una serie de procedimientos eficaces con el que los compradores se sientan satisfechos y orgullosos de su compra ejecutada. Pero, existen aspectos que repercuten en la suministración del servicio de atención, los cuales son analizados con el propósito de determinar la manera en que se van a intervenir y así potenciar el desempeño. Por tal motivo, el presente trabajo se orienta en uno de los factores más determinantes en ese resultado deseado. (García, 2016).

Fue primordial que, para el estudio del presente trabajo de investigación, se tuvo una comprensión elevada del servicio al comprador en una organización. En primer debemos iniciar por comprender el concepto en base a análisis y teorías para de esa forma poder garantizar el desarrollo eficaz del mismo. La atención al cliente es una herramienta crucial dentro de la entidad. Se debe establecer los fines de forma clara y precisa para garantizar el logro de los

mismos eficientemente. La complacencia de los consumidores permite que la directiva y toda organización se enfoque en crecer y seguir desarrollándose. (Rodríguez, 2017).

En la actualidad, el servicio al usuario es una acción llevada a cabo por las empresas con un enfoque en cubrir los requerimientos de los clientes, pudiendo así aumentar la competitividad y productividad. El cliente es el protagonista y el factor más importante en el juego de los negocios. Así pues, cabe señalar que los compradores son el elemento principal de toda organización y vienen a ser la razón de ser de esa misma. Por otro lado, podemos ver que para lograr la excelencia se requiere de la intervención de distintos componentes, como son el liderazgo, buen personal, cultura empresarial la cual debe estar bien definida para que los trabajadores y los miembros en general sepan a donde deben ir para que así todos se comprometan e involucren y se sientan motivados en la realización de las diferentes actividades. (Delgado, 2019)

La atención al comprador es un procedimiento que permite alcanzar el éxito. Sirve para brindar un valor añadido a la oferta empresarial. Por esta razón, la calidad del sistema de atención es un elemento determinante en la eficacia y efectividad de la compañía y en el logro de un posicionamiento estable. Para que los usuarios tengan emociones y opiniones positivas es elemental cumplir con sus necesidades y expectativas. La calidad de servicio es la atención eficaz que provee un equipo de trabajo bien capacitado y comprometido con los objetivos de la compañía. (Godoy, 2017)

El desarrollo e inicio de actividades de una organización necesita de un conocimiento minucioso del entorno en que se desenvolverá. Hay varios factores externos Existen numerosos factores externos que influenciarán en el funcionamiento y desenvolvimiento de la entidad, por

ello es esencial conocer tales aspectos y así tomar las medidas necesarias que servirán para aprovechar o hacer frente a distintas situaciones que se presenten. Una herramienta efectiva para este tipo de trabajos es la matriz PESTEL, que facilita la puesta en marcha de una evaluación que pueden impactar de manera positiva o negativa.

El Tratado de Libre Comercio entre Perú y los países pertenecientes a la Unión Europea fue aceptado y autorizado en el mes de diciembre del año 2011 y se puso en marcha el 1 de marzo del 2013, obteniendo así una entrada preferencial para el noventa y nueve por ciento de productos agrícolas y el cien por ciento de bienes industriales. Productos como, paltas, espárragos, café, etc. Hoy en día pueden ingresar a este mercado sin tener que pagar aranceles. Durante cinco años de vigencia las exportaciones no tradicionales incrementaron en 44% alcanzado los dos millones setecientos treinta y dos mil dólares, destacando el aumento de los productos agropecuarios y metalmecánicos. Mientras, las exportaciones tradicionales disminuyeron un 39%, debido básicamente a las menores exportaciones mineras entre los años 2012 y 2017. (Mongilardi, 2018)

En este grupo de negocios, doscientos cincuenta exportadores peruanos darán a conocer los productos o servicios en relación a confecciones de algodón, alpaca, así como muebles, artesanía utilitaria, cerámica, espejos, etc. En el año 2017, las exportaciones del sector textil en el Perú, lograron un total de un millón doscientos sesena y unos mil dólares lo que se tradujo en un aumento de seis por ciento con relación al año previo. (Mongilardi, 2018)

En la última década el Perú se ha convertido en un país con mejores del mundo gracias a las variadas reformas que se han suscitado desde comienzos de los años noventa, como la consolidación de la independencia del BCR y un marco legal y constitucional que posibilitó que

la inversión extranjera llegue al Perú. Esto se ha podido ver en una economía dinamizada con cerca de un cinco por ciento por año y una tasa de inflación menor al tres por ciento. También se ha logrado disminuir la pobreza y esto fue gracias a la firma de varios acuerdos comerciales que han contribuido a que nuestra gama de productos llegue a distintos mercados. (Nole, 2016)

La industria de tiendas de regalo y tarjetas en los EE.UU alcanzó los dieciséis millones ochocientos mil dólares en el año 2018, con estimaciones de desarrollo de un porcentaje menor al tres por ciento entre 2018 y 2023, del mismo modo, de acuerdo con esta fuente, el mercado está estructurado en souvenirs y novelty items, con una participación de veintiséis por ciento, ropa y bisutería con diecisiete por ciento, decoraciones para festividades quince por ciento, artículos de casa y cocina doce por ciento, y tarjetas de regalo con ocho por ciento. Por lo tanto, los dos primeros grupos, vinculados a la moda, tienen casi a la mitad del mercado con un cuarenta y cuatro por ciento de participación. (Salazar, 2019)

La pandemia ha causado un grave problema a la economía mundial y ha impactado negativamente en las organizaciones. Se espera que en todo el mundo las micro y pequeñas empresas han sido afectadas por la situación actual, y los rubros que tienen peores inconvenientes son alojamiento y hotelería, junto con las agencias de viajes; la industria textil y la confección que han tenido que paralizar sus actividades. En esta circunstancia, el estado busca impulsar y apoyar el desarrollo de las mypes. En Europa y Asia, diversidad de países han implantado un conjunto de disposiciones económicas que van vinculadas con el aplazamiento del pago de impuestos y créditos, el incremento de garantías y el ofrecimiento de financiaciones. En diferentes países de América Latina y el Caribe decidieron determinar moras tributarias, disminuciones en contribuciones a los sistemas de pensiones, etc. (Cañete, 2020)

Los establecimientos comerciales dedicados a la comercialización de accesorios para madres y bebés, se desarrollaría un sesenta por ciento debido a la dinamización de los mismos. Por otro lado, desde la creación del producto, la compra de elementos de entrada, y su distribución en todo el país, la organización apunta a crecer. (Pazos, 2015)

En el año 2017 el Perú se ubicó en el lugar número nueve de una serie de treinta naciones emergentes que son consideradas como lugares atractivos para el desarrollo del sector minorista, manteniendo esa posición al igual que en el año 2016. Perú lidera esta lista en el grupo de todas las regiones gracias a su desarrollo sostenible. Por otra parte, los establecimientos de conveniencia continúan ganando participación en el Perú, puesto que los compradores están acostumbrados al medio tradicional como bodegas que cuenta con diversidad de productos y fácil acceso a las mismas. (Zara, 2017)

Uno de los rubros económicos que más tienden a crecer o disminuir su desarrollo es el retail. La razón de esto es posiblemente la manera en que el sector ha crecido últimamente, el cual no solo incluye un tipo de negocio, sino que se han formado varios grupos de negocios que, incorporando tiendas por departamento, de optimización de la vivienda, supermercados, tiendas comerciales, empresas financieras y otros como restaurantes, cines y servicios; ello añadido a los notables cambios en el comportamiento del comprador y su poder adquisitiva. (Mere, 2016)

Las ventas del sector minorista tendrían un crecimiento positivo de 4%. Este sector se desarrollaría en un 4%, eso quiere decir que se cuenta con una participación en el aumento del Producto Bruto Interno. Eso es esencial porque el sector en cuestión absorbe a los trabajadores jóvenes, hace tres o cuatro años las provincias constituían el 20% de las ventas de una cadena de locales comerciales. En el 2016 llegó a estar en 30%. Teniendo Lima una participación de 65% y

35% en provincias. Añadió que para el 2020 las ventas en provincias estarían en 50% del sector. (Cabanillas, 2017)

Entre los meses de abril a junio, el PBI incrementó en 1% promovido por la evolución positiva de la demanda interna y acumuló un crecimiento incesante; según dijo el Instituto Nacional de Estadística e Informática. La actividad Comercio se desarrolló en 2% incrementó especialmente por el desenvolvimiento eficaz del subsector comercio al por mayor y por menor, con una participación del 3%. El aumento del 3% del subsector comercio al por mayor y por menor estuvo vinculado al dinamismo de las ventas de tipo de maquinaria y equipo en 4%. (Garzón, 2019)

La tasa de interés promedio de los créditos comerciales en moneda nacional pasó de nueve a ocho por ciento donde claramente se puede observar una disminución, en tanto, en moneda extranjera bajó en menos del uno por ciento. Así pues, las tasas de interés de financiamientos hipotecarios pasaron de once a diez por ciento. Por su lado, las tasas de créditos a la micro compañía mostraron un aumento en ambas monedas. La tasa en soles aumentó en dos por ciento, pero la tasa en dólares se incrementó en menos de uno por ciento. (Quiñones, 2018)

En el caso de Perú, mantendrá un desarrollo superior al dos por ciento a partir de la recuperación estable de la demanda interna, el buen ambiente de fiabilidad entre compradores y organizaciones, así el manejo de la inflación por menor al dos por ciento. El sector comercio, incrementaría en tres por ciento por la mejor actividad de tiendas por departamento y supermercados, en una coyuntura de condiciones climáticas neutrales y anuncios de planeaciones comerciales por cuatrocientos cincuenta y ocho millones de dólares de Parque Arauco, Mall Aventura Plaza, etc. (Peñaranda, 2018)

En relación al factor social, el sector del comercio minorista en accesorios constituye un veinticinco por ciento de la Población Económicamente Activa de todo el país. Esto se logró gracias a que en la última década el sector Retail de este rubro ya mencionado, fue desarrollándose hasta lograr una tasa promedio del 2% cada año. Asimismo, es importante mencionar que desde el año 2015, el número de puestos de trabajo crecieron a un 8%. De tal modo en 2018, el 30% del total de individuos ocupados en las ciudades se dedican a la actividad minorista de accesorios. (Arellano, 2019)

El Sector Comercio desempeñó un papel importante en la producción de empleo, en el año 2018, el comercio mayorista y minorista en el Perú utilizó al 17% de la PEA P ocupada, logrando ser la actividad que más empleo genera, después de la agricultura. Según los datos obtenidos de un estudio ejecutado por el INEI en el año 2018, se dice que el Sector Comercio utilizó el 33% del total de trabajadores ocupados registrados en todo el país. Los departamentos que crearon más puestos de trabajo fueron Lima con 45%, Arequipa con 6% y La Libertad con 5%. Por otra parte, según (MTPE, 2018), hay una elevada participación de las mujeres, representando el sesenta por ciento de la Población Económicamente Activa; por otro lado, el porcentaje masculino en el sector comercio llega a 39%. Sin embargo, pese a que este sector representa un elemento imprescindible en la generación de empleo, la informalidad de los mismos es muy alta. Al finalizar el año 2008, la SUNAT tenía registrados cerca de quinientos noventa mil involucrados en la actividad comercial a nivel nacional; con un 20% dedicado a las ventas mayoristas y el 80% todo lo contrario, es decir el comercio retail. (López, 2018)

La informalidad de los empleos, en el Perú, excluyendo a Lima y Callao, llega a un porcentaje del 81%, generando la preocupación de las personas. Según un informe realizado por

el CIE, el 82% de los individuos Económicamente Activos y ocupados en la Macro Región Centro trabaja sumergido en informalidad y solo el 17% lo hace de manera formal. Esto indica que dos millones setecientos diecinueve mil seiscientas noventa y cinco personas están dentro del sector informal, cantidad que configura un aumento de menos del 1% en relación al año 2014. En lo referente a sectores económicos, las actividades agropecuarias y pesqueras configuran tasas de informalidad de casi 95%. Tales sectores albergan al 34% de esta porción del país. Del mismo modo, los sectores comercio y servicios presentan estas mismas, pero con porcentajes de 79% y 57% respectivamente. Estas actividades cogen al 17% y 22% cada una. La región de Cajamarca cuenta con altos niveles de informalidad, con una tasa de alrededor 89%, y debajo de ella están Piura, Tumbes, Lambayeque y La Libertad (77%). (Tassano, 2019)

Otro aspecto fundamental es el tecnológico, debido a la elevada competencia en el comercio de todo el mundo, la tecnología en el sector minorista contribuye a optimizar las vivencias que un cliente pasa dentro de un establecimiento comercial. Las modificaciones en el medio tradicional de este tipo de comercio han hecho que todas las compañías ejecuten un plan de reestructuración tecnológica. Por otra parte, gracias a las herramientas tan inteligentes que existen hoy en día se están presentando innovaciones atractivas y eficaces para el público y al mismo tiempo son efectivas para agilizar y perfeccionar el proceso de compra. Así pues, el comprador cuenta con peculiaridades que la entidad desconoce, pero que es crucial conocer tales datos para satisfacerlo de la mejor manera posible. (Vergara, 2019)

Perú Moda y Perú Moda Deco en su edición inicial completamente digital a llevarse a cabo del día 1 al 30 de octubre se mostrará la oferta que ofrece el Perú para todo el mundo y hará todo lo posible para aumentar la participación de compañías regionales en la nación,

especialmente de las micro y pequeñas empresas, la actividad participa de la táctica de cambio digital que ha ejecutado Promperú en estos últimos tiempos, desplazando todas las plataformas de promoción comercial al entorno virtual, lo que viene a ser una ventaja para democratizar los beneficios u oportunidades de ventas. Lo mejor de los productos y servicios que ofrece el Perú, son las que se producen a través de confecciones, joyería, calzado, accesorios y artículos, etc. (Torres, 2020)

La concientización de cuidar el medio ambiente la podemos ver desde varias perspectivas, pero, si hablamos de las compañías y organizaciones en general, podemos decir que la responsabilidad ambiental se observa como la obligación que una empresa tiene en hacer que todas sus actividades tengan un impacto positivo y sean amigables con el medio donde vivimos. Sabemos que este tema incluye a la mercadotecnia ambiental que sirve para generar conciencia y hacer que todos tomen medidas. Pero para ellos es fundamental precisar que este solo es una táctica accesoria, que resulta efectiva, sin embargo, no cuenta con la importancia de la responsabilidad ambiental organizacional. Las compañías necesitan ejecutar constantemente estudios o análisis que les hagan posible la determinación y utilización adecuada de recursos naturales que van relacionados con la producción o comercialización. De tal forma, se mejorarán los recursos y la producción no afectaría al medio. A la par con ello, la organización estaría creando un impacto frente a las demandas y comportamientos de los compradores. (Angulo, 2017)

La responsabilidad social de la compañía abarca una serie de procedimientos, acciones o aspectos que van a determinar la relación eficiente entre todos los miembros y también entre comprador y productos. Así pues, hay una cierta vinculación en la responsabilidad ambiental

pues, entre los acuerdos, las organizaciones se comprometen a respetar y cuidar al planeta con el fin de garantizar un desarrollo sostenible. También, hay una fuerte presión para las compañías dada la creciente conciencia ambiental que se está plantando en las comunidades. De tal manera a nivel de empresas, éstas han preferido poner su mirada en un desarrollo sostenible y provechoso para el medio ambiente. (Angulo, 2017)

Como parte de su proyección, las empresas dedicadas a la venta de accesorios han planteado acomodar sus Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030, en el año 2018 ejecutaron un estudio a la cantera de calor para reconocer la ayuda desarrollaron un análisis de la cadena de la empresa a estos propósitos generales. En esta coyuntura se adaptó un proyecto que promovía el reciclaje de las mujeres en Arequipa dónde conseguían las distintas partes de plástico de las botellas. Las mujeres venden los elementos y le dan otro uso para generar una filosofía de reciclaje en una economía circular. (Romero, 2018)

Del mismo modo, la presente Ley N° 28976 tiene como objetivo fijar el marco jurídico de las disposiciones que se pueden utilizar al procedimiento para el otorgamiento de funcionamiento. Por otro lado, esta ley, se aplicarán las siguientes definiciones: Autorización que brinden las municipalidades para la puesta en marcha de las actividades en un local específico. Podrán otorgarse licencias que incorporen más de un giro, siempre que éstos sean se relacionen o complementen entre sí. Las municipalidades, por medio de ordenanza, tienen la responsabilidad de determinar este tipo de giros. En el caso de que las personas responsables y que deben conseguir una licencia de realicen acciones en más de un local, deberán obtener una licencia para cada uno de los mismos. La licencia de funcionamiento posibilita la ejecución de procedimientos de lo contrario no se hace nada. El otorgamiento de una licencia no establece la puesta en marcha

de las actividades en una fecha o tiempo determinado. Las empresas, establecimientos y otros, según esta ley, las unidades que no requieren de este tipo de licencias tienen otra obligación que es respetar la ubicación actual y hacer saber a la municipalidad el comienzo de sus acciones, debiendo garantizar el cumplimiento de condiciones o normas. (Castillo, 2016)

Las 5 fuerzas de Porter es un modelo que permite estudiar un sector empresarial a partir de cinco fuerzas muy importantes que repercuten en el desarrollo del negocio y a la vez nos posibilita conocer cuál es la posición de la competencia. De esta forma, se puede ejecutar un análisis con el que estaremos estudiando los aspectos l factores internos de la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana.

La rivalidad entre los competidores existentes. En este punto cabe destacar que hay una gran cantidad de competencia. Podemos observar la competencia en negocios de diferentes tamaños que buscan el éxito observarse una estructura fragmentada. En primer lugar, hay un conjunto de competidores directos están cerca de la empresa en cuestión. Luego de estás tenemos los establecimientos que están en el centro de la ciudad. Además, las tiendas del centro de la ciudad que van dirigidas al mercado objetivo de este tipo de sector.

Poder de negociación de los clientes: El negocio enfocado en la venta de accesorios está en continuo desarrollo al igual que sus compradores, al haber una gran cantidad de empresas de este tipo, clientes y distribuidores potenciales, pueden presentarse dos circunstancias, una que, si el usuario pone el precio, posiblemente se haga caso omiso a su pedido, sin embargo, también se encuentran los competidores que ven la exigencia de los clientes como una amenaza y deciden darles lo que desean.

Poder de negociación de los proveedores es elevado, pues es una industria caracterizada por la inversión reducida, desconocimiento de los compradores por la marca, etc. Los suministradores puede que en un primer momento muestren un comportamiento agresivo e indiferente ante las peticiones de los consumidores ante proveedores se comportarán. Pero, aquí lo que se busca es conseguir una relación beneficiosa tanto presente como futura y así asegurar un futuro con amplios beneficios.

Amenaza de entrada de competidores es de nivel alto, no hay barreras de entradas para las nuevas empresas o emprendimientos, es muy inusual para este tipo de vendedores, comercializar con unos y otros, por ello no existen acuerdos o convenios ni es algo planteado en el mercado, si un suministrador lograr mantener un vínculo comercial con un solo usuario, el primero lo único que provocaría es perder su negocio, a menos que este consumidor compre todos los productos disponibles y ya no deje opción para que otro compre. Sin embargo, los otros compradores lo que harían es adquirir los productos deseados en otro local de ventas de los mismos, también, dado que la compañía no sobresale en el sector, es fácil obtener bienes y empezar con nuevas compras al mayor.

Amenaza de entrada de productos sustitutos. El riesgo es elevado puesto que los productos son similares, y no se diferencian mucho de lo que ofrece la competencia, por lo que los artículos están propensos a ser sustituidos por cualquier otro de su misma industria.

Barreras de salida de la industria, en este punto cabe mencionar que no existen obstáculos de salida, es más, esta acción se facilita grandemente ya que es una industria en desarrollo y con una gran demanda, es posible salir y en el caso de que sea una tienda online su salida se facilitará

aún más con solo cerrar la página o en todo caso, anularla. No existen contratos que obliguen a la empresa de parte de los distribuidores a mantenerse una poca cantidad de tiempo en el mercado.

Hoy en día, el sector de ropa y artículos está aumentando su participación en el mercado del país y en otros extranjeros por medio de la presencia de tiendas por departamento y retail. Dichos locales cuentan con procesos bien definidos para el control de las compras que muchas veces no son los más eficaces. Ante los continuos cambios en las exigencias de los compradores, las compañías deben optimizar sus procesos y crear bienes y servicios que se adapten mejor a las demandas de la clientela. (Santivañez, 2017)

Damaris accesorios E.I.R.L. es un negocio peruano ubicado en Piura, Sullana; tienda que inicio sus actividades el día uno del tercer mes del año 2016 y que se inscribió ese mismo día como organización independiente de responsabilidad limitada. Esta compañía está registrada en la SUNAT con el RUC 20601050901. Al día 18-03-2020, día en que se hizo el último análisis hacia este negocio, se determinó que sus actividades siguen en marcha. Es ahí donde encuentras todo lo que buscas, especialmente si de regalos para mujeres se trata.

La compañía hoy en día tiene un nivel de ventas muy elevado en lo que respecta a moda, joyas, en tanto si se ha observado una reducción en lo referente a maquillaje y perfumería; dueña del local dijo que las demandas de este tipo aumentan en días especiales como tales como fin de años, san Valentín, día de la madre, cumpleaños y festivales.

Es esencial la adopción de un sistema de calidad que ofrezca los medios requeridos para incrementar la capacidad de competir, permanecer en el tiempo y estar en desarrollo continuo. Así pues, también sirve como una herramienta para identificar ventajas y desventajas para que de tal forma se puedan anticipar a los hechos y tomar medidas. La implementación de un sistema de

este tipo tiene el propósito de unir y hacer que se relacionen entre sí los distintos elementos y procesos empresariales, para que de tal forma se determinen los planes y el desenvolvimiento de la gestión, considerando que este es un medio crucial para lograr el contentamiento del comprador. El SGC hace que todos los recursos se integren y trabajen juntos para conseguir resultados óptimos. Sin un enfoque sistémico no hay una motivación para estudiar los vínculos existentes entre las distintas disciplinas, el pensamiento sistémico, etc. (Arbelaez & Hoyos, 2017)

La falta de una atención de calidad impacta negativamente en el nivel de complacencia del usuario, es por tal motivo que el objeto del estudio ejecutado es la calidad de servicio, para así poder saber cómo se trata u se debe tratar a un comprador. Por consiguiente, el fin primordial de la investigación es determinar los aspectos básicos que repercuten en la satisfacción de los consumidores con respecto a la calidad en el servicio recibido. (Alcaide, 2015)

En nuestro país, las organizaciones afectadas por una mala administración organizacional, generalmente van por este camino porque desde un inicio no controlaron adecuadamente la calidad orientándose en primer lugar en comenzar por planear lo que se desea alcanzar. La provincia de Sullana ha producido negocios de distintos rubros donde destaca el mal desarrollo de un servicio, y todo ello se debe que no se consideran las consecuencias de un mal manejo de la calidad. Por ello, es importante empezar a plantear ideas, medidas y todo tipo de tácticas que ayuden a hacer frente a la competencia y a sobresalir como negocio autónomo que sea capaz de provocar el contentamiento del usuario.

Hoy por hoy, la administración de la calidad y la atención que se ofrece son imprescindibles para cualquier compañía, lo cual obliga a estas mismas a buscar la excelencia en

sus actividades y en sus acciones, puesto que ellos conforman los pilares más esenciales en la percepción que tienen el cliente de la empresa, pudiendo así mantener su preferencia y fidelización. Cualquier error puede ser un riesgo o problema. Pero, en muchos casos este tema se desprecia, afectando el crecimiento de las mismas, y su consecución de objetivos.

La compañía jamás ha medido los puntos de vista de los usuarios en relación a los propios bienes que oferta, ni sobre la atención brindada por los trabajadores, por lo cual podemos decir que deja de lado esta tarea, prácticamente no está interesada en conocer lo que piensas sus clientes y cómo es que va su desarrollo con la finalidad de tomar tales datos y seguir mejorando en la calidad, Por lo expuesto se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son sus principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019?, el objetivo general de esta investigación fue: Determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

Y para alcanzar este objetivo general se formularon los siguientes objetivos específicos como son: (a) Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019; (b) Conocer los beneficios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019; (c) Describir las claves esenciales de la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019; (d) Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

La presente investigación se justificó en el aspecto teórico, porque permitió detectar oportunidades de mejora en la gestión de la calidad y atención al cliente, con lo cual se logró

mejorar la satisfacción de los clientes garantizando la sostenibilidad económica de la empresa en el tiempo. Y es que, al ser reconocida como una empresa de excelente calidad en sus productos, logró mayores ingresos en el tiempo.

De otro lado se justificó de manera práctica, porque existe la necesidad de mejorar el nivel de desempeño de la competencia de indagación científica en el propietario en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, con la buena gestión de calidad y una adecuada atención al cliente para los productos de dichas empresas.

De otro lado tiene justificación metodológica, porque se pone en práctica la utilización de técnicas y herramientas matemáticas y estadísticas utilizadas para demostrar los resultados de forma cuantitativa, desde un diseño no experimental de corte transversal, empleando fuentes primarias y secundarias para la obtención de los diferentes datos posibles a una determinada población y tamaño muestral de la investigación.

También la investigación se justificó porque me sirvió como medio para obtener el título de licenciada en administración, entonces para que la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, mejore sus estándares de calidad establecidas por la CONEAU, al permitir y exigir la titulación de sus egresados sea a través de la elaboración y sustentación de trabajos de investigación (tesis).

Además, se justificó en el aspecto social porque se vieron favorecidas todas las empresas de accesorios que son sus clientes, al recibir productos de una mejor calidad y de acuerdo con sus especificaciones y dentro de los plazos acordados. También se puede mencionar que se verán favorecidos de manera indirecta todos los trabajadores en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L.

en la provincia de Sullana, quienes podrán mantener sus trabajos seguros y por lo tanto seguir sustentando a un promedio de 16 familias que dependen de ella.

El motivo de la realización del presente trabajo de investigación fue conocer las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana.

En tal sentido la metodología de la investigación se utilizó el nivel cuantitativo, fue de tipo descriptivo y su diseño fue no experimental Es decir únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren. En el caso de esta investigación se buscó encontrar las principales características de la gestión de calidad y la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana año 2019, la población y muestra en estudio fue la misma y estuvo conformada por el personal administrativo y por los clientes de la empresa, y la técnica fue la encuesta con el instrumento de cuestionario con el cual se llegó a las conclusiones.

Obteniéndose los siguientes resultados que el 88% consideró que la empresa siempre ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad, el 81% consideró que la gestión de calidad siempre le permite mejorar la imagen y marca de la empresa, el 75% consideró que el personal siempre tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios, el 84% consideró que el personal de caja siempre muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto, y concluyo que los principios de la gestión de calidad que identifican fue relación de mutuo beneficio con proveedores ya que la empresa ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad; enfoque de procesos porque busca el mejoramiento de su gestión a

través de la mejora continua, los beneficios que brinda la gestión de calidad es que le permite mejorar la imagen y marca; además de ofrecer productos de excelente calidad; y los costos que brindan la empresa son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los cliente; asimismo se preocupan que su personal se sienta cómodo al trabajar, las claves esenciales de la atención al cliente que se describen fue adaptarse a cada cliente ya que el personal tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios; y las cualidades que identifican del personal de atención al cliente es que el personal de caja muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto; y tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito; y el personal de atención al cliente brinda un trato amable y respetuoso.

## **II. Revisión de la literatura**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Variable Gestión de calidad**

Veliz (2015) en su trabajo de investigación denominado “Plan de negocios para una tienda virtual de ropa y accesorios femeninos con asesoramiento de imagen para el año 2015”, tesis para optar el título de Ingeniero en Administración de Empresas, en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Ecuador, el objetivo general: Analizar la creación de un Plan de negocios para la creación de una tienda virtual de ropa y accesorios femeninos con asesoramiento en la reducción de las horas dedicadas, para comprar vestimenta y accesorios femeninos en edades comprendidas de 20 a 45 años en la ciudad de Guayaquil en el año 2015, a través de una investigación métodos experimentales y de campo, científica, explicativa y bibliográfica, los

principales resultados y conclusiones fueron que los productos de compra de mayor frecuencia son los de copa calzado y perfumes en un 35%, el 36% decide comprar tiendas Internacionales, el 5% en Páginas web clasificadas, las horas de mayor frecuencia son las de 3 horas con el 43% y 2 horas con 23% horas que se estiman son de importancia para el comprador debido a su poca disponibilidad de tiempo y los requerimientos profesionales de su jornada laboral, los medios de pago llenan los requerimientos de un sitio web como son las tarjetas de crédito en un 45%, los clientes de frecuencia de compra de varias veces al año esta pregunta esclarece su verdadera frecuencia en el año, es decir, el 37% lo realiza de forma anual, y concluyo que del extenso estudio se determina lo factible que sería para los tres inversionistas la apertura y ejecución de la propuesta de una tienda virtual de nombre Fiorella S.A, cuya actividad económica es la de comercializar distintas de prendas de vestir femenina para el público entre 20 y 45 años de edad que arroja un van positivo y una tir positivo. ofreciendo a los clientes la opción de asesoramiento de modas. Fiorella S.A. ingresará al mercado con la finalidad de causar un impacto positivo en las ventas de ropa femenina con asesoramiento de moda, ofreciendo productos de excelente calidad, sobre todo para las personas que debido a su escaso tiempo, se encuentran en un problema para realizar sus compras. El estudio también demuestra que las barreras del mercado son moderadas, por lo que es manejable cualquier amenaza de ingreso de tiendas web similares que presenten asesoramiento de moda; sin embargo, se analizó el estudio de mercado debido dando como resultado un negocio muy competitivo, ya que en la ciudad existen muchos locales dedicados a esta, pero ninguno con la opción de asesoramiento de moda y call center para reclamos y devoluciones.

Borja & Lijón (2016) en su trabajo de investigación denominado “Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en

empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: almacenes la rebaja”, trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Ingeniería en Negocios Internacional, en la Universidad Internacional del Ecuador, Ecuador, quien tuvo como objetivo general: Definir un modelo de gestión en calidad de servicio basado en la norma ISO 9001: 2008 para Almacenes la Rebaja, el cual utilizo la metodología teóricos y empíricos, Análisis – Síntesis, Inducción – Deducción, con observación, encuesta, entrevista, descriptivo y explicativo, los principales resultados y conclusiones fueron que almacenes La Rebaja es una empresa comercializadora de productos de consumo masivo radicada en la ciudad de Quito que busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos y la satisfacción de los clientes.

Actualmente el establecimiento se mantiene con ventas regulares que aún son rentables, pero en comparación con años pasados las ventas han sido bajas y se ha determinado que eso se basa en la falta de fidelidad de los clientes a la empresa. Es necesario hoy en día que las empresas que presenten problemas al momento de la entrega de servicio busquen la manera de corregir esta debilidad, ya que lo que busca el cliente actualmente es la calidad no solo del producto sino también la calidad de servicio entregada al momento de adquirir un producto. Por ello es que se ha vuelto más común el deseo de las empresas por mejorar sus procesos mediante la implementación de modelos de gestión de calidad. - ISO 9001 se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente. - Los lineamientos descritos se encuentran recopilados en la norma ISO 10002: 2004 que busca: Proporcionar acceso a un proceso de tratamiento de quejas; Incrementar la capacidad de la organización de responder a las quejas; mejorar la habilidad para identificar tendencias, eliminar las causas de las quejas y mejorar las actividades de la organización; crear un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades; y, dar una base para el análisis del proceso

de quejas y su resolución. Proceso es un conjunto de actividades que se desarrollan en determinado orden para la realización de un objetivo. El análisis y comprensión de los procesos productivos es de suma importancia para la aplicación de normas de gestión de la calidad. Para el desarrollo de los procesos de una empresa, se hace uso de la administración de procesos. - Se ha determinado que las fortalezas de almacenes La Rebaja son: venta de productos de calidad; gran variedad de productos que se pueden encontrar en los almacenes; precios convenientes a los que se expenden sus productos; y, ubicaciones estratégicas de los almacenes con alta afluencia de gente.

Arbelaez & Hoyos (2017) en su trabajo de investigación denominado “Sistema de gestión de la calidad para la empresa de venta de ropa Liz Styles”, tesis para optar el Título de Especialista en Planeación y Gestión Estratégica, en la Universidad Libre Seccional Pereira, Ecuador, el cual tuvo como objetivo general: Elaborar el sistema de gestión de calidad para la empresa LIZ STYLES dedicada a la venta de ropa para dama en la actualidad, utilizando la metodología de investigación tipo Método deductivo, descriptiva, los principales resultados y conclusiones fueron que las personas prefieren comprar a inicio y final de mes, sumando ambos rangos el resultado es un 73%, cabe resaltar que la tendencia de las personas a comprar a inicio y final de mes se mantiene como ocurrió en febrero, sumando ambos rangos un 65%, el 41.5% de los clientes optan por comprar blusas, el análisis de los datos de la Boutique Liz Styles en estos meses de funcionamiento se destaca que la venta de blusas tiene el porcentaje del 62.87%, y concluyo que no cuenta con una estructura organizativa que facilite la delimitación de funciones, en aras de establecer tareas y actividades definidas a cada colaborador. La Boutique Liz Styles no tiene definidos los procesos y procedimientos requeridos de acuerdo al producto que ofrecen, con el fin de organizar y estructurar las tareas específicas por cada producto y servicio prestado.

La Boutique Liz Styles no ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio, con el fin de lograr la satisfacción del cliente. No se cuenta en la actualidad con indicadores de gestión idóneos que le faciliten la medición de logros de acuerdo a las metas establecidas. No existe un sistema de gestión de calidad que le ayude a la Boutique Liz Styles a desarrollar estrategias encaminadas a ocupar un puesto importante en el mercado al cual ha decidido incursionar. Los direccionares estratégicos de la Boutique Liz Styles no se encuentran estructurados, por la cual no se tiene definido la razón de ser de la empresa, el horizonte al que apunta y los principios y valores que debe seguir la Boutique Liz Styles. Los indicadores de gestión no están contruidos en para medir y evaluar el avance de cada una de las actividades ejecutadas. La Boutique Liz Styles no ha diseñado una encuesta de satisfacción que logre conocer los gustos y preferencias de los clientes. Para así permanecer a la vanguardia de lo que exija el mercado objetivo. La Boutique Liz Styles no cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente. No se cuenta con el diseño de formatos, planes y programas necesarios para poner en marcha el Sistema de Gestión de Calidad.

Vásquez (2019) en su trabajo de investigación denominada “Gestión de calidad y eficacia en los procesos administrativos de las mypes del sector comercial, bazar de ropa y accesorios para damas, distrito de Iquitos, año 2019”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Iquitos, quien tuvo como objetivo general: Determinar la gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector comercial, bazar de ropa y accesorios para damas en el distrito de Iquitos, año 2019. La metodología que empleó fue de naturaleza mixta y de nivel descriptivo; el diseño de la investigación fue no experimental, transversal y descriptiva, que

permitió conocer detalles de la gestión. Con la aplicación de la técnica de encuesta y un cuestionario estructurado, los principales resultados y conclusiones fueron que en su mayoría son del sexo femenino (81,8%), hallando que el 45.5% carece de misión, visión y valores; existe una orientación al cliente y mejora continua, pero no se ha desarrollado el trabajo en equipo. Según las apreciaciones de las microempresarias consideran que el soporte de los procesos administrativos es eficaz (45,5%) soportados en los procesos de control y dirección. Por otro lado, consideran que es ineficaz (27,3%) por los aspectos organizativos e incipientes por la falta de seguimiento al proceso de planificación y su respectiva retroalimentación (27,3%), y concluyo que son gerenciados por sus microempresarias con un enfoque en la gestión comercial sin priorizar en la calidad de gestión con procesos administrativos, los mismos que no están apropiadamente organizados y en consecuencia carecen de eficacia. De acuerdo a los objetivos específicos la gestión está enfocada en el cliente, pero es una gestión intuitiva, porque el microempresario no utiliza instrumentos de soporte administrativo gerencial. Respecto a los procesos administrativos, la planificación no tiene un sub-proceso de seguimiento al cumplimiento; la organización es informal, porque carece de organigrama y manual de organización y funciones; la dirección predomina el autoritarismo que no permite motivar el mejor desempeño de los integrantes de la organización y el control en la práctica es intermitente. Estos resultados evidencian que no existe un compromiso gerencial de priorizar la calidad de los procesos administrativos. Finalmente, se concluye que la gestión no tiene el soporte que los procesos administrativos podrían otorgar si los mismos fueran normalizados y en consecuencia eficaces para garantizar que el negocio permanezca en el mercado.

Arias (2018) en su trabajo de investigación denominada “Caracterización de la gestión de calidad bajo el proceso de selección del personal en las micro y pequeñas empresas del sector

comercio – rubro venta minorista de productos textiles (Boutiques) del distrito de Huaraz, 2016”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Huaraz, quien tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el proceso de selección del personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de productos textiles (boutiques) del distrito de Huaraz, 2016. La metodología que empleó fue de diseño no experimental-transversal o transaccional utilizándose un tipo descriptiva y nivel cuantitativa, identificándose una población de 16 boutiques a quienes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas cerradas por medio de la técnica de la encuesta, los principales resultados y conclusiones fueron que el 43,75% tienen de 41 a 50 años, el 68,75% son mujeres, seguido el 87,5% siempre ejecuta una buena elección de candidatos que cumplen con los requisitos para los intereses de la empresa y el 62,5% nunca recepcionan los currículums vitae de los trabajadores, y concluyo que los gerentes muestran poco interés con respecto a la gestión de calidad bajo el proceso de selección del personal, porque en la mayoría relativa de las MYPES no realizan todos los procesos de selección del personal, lo cual es inadecuado para el buen desenvolvimiento del personal. En relación a las principales características de los gerentes de las MYPES del rubro boutiques, la mayoría relativa se caracteriza por tener de 41 a 50 años de edad y la mayoría absoluta son dirigidas por mujeres que tienen estudios secundarios. Respecto a las principales características de la gestión de calidad bajo el proceso de selección del personal en las MYPES del rubro boutiques del distrito de Huaraz, se muestran los siguientes resultados, la mayoría de los gerentes definen el perfil del empleado de acuerdo a las necesidades que requiere la empresa, así mismo se evidencia que la mayoría relativa de las boutiques nunca recepcionan el currículum vitae de

los empleados, también la mayoría relativa nunca aplican pruebas psicológicas y la mayoría relativa del personal seleccionado a veces se desenvuelve bien en el puesto asignado.

Alvarado (2019) en su trabajo de investigación denominada “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Tumbes, quien tuvo como objetivo general: Describir la Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017. La metodología que empleó fue de tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño de la investigación es no experimental, para lo cual se utilizó que había una población de Doce Tiendas Comerciales de Ropa para Damas a quienes se les se aplicara un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta, los principales resultados y conclusiones fueron que el 67% (46) manifestó que los costos que brindan las tiendas de ropa para damas es buena, el 67% (46) de los encuestados manifestó que el precio de los productos es malo, el 75% (51) de los encuestados consideran que la formación que la empresa les brinda a sus empleados es buena, el 58% (39) de los encuestados considera que las técnicas de calidad de su empresa es buena, el 50% (34) de los encuestados consideran que las competencias que tienen estas empresas es buena, el 50% (34) de los encuestados manifestó que los cambios que realizan estas empresas en el mercado es mala, el 50% (34) de los encuestados consideran que al saber que la competitividad en el mercado brinda un buen servicio al cliente es mala, el 75% (51) de los encuestados manifestó que el horario de atención al público es bueno; y concluyo que la formación que las empresas de tiendas de ropa para damas les brinda a cada uno de sus empleados es buena esto quiere decir que las empresas se preocupan el que sus empleados se

sientan cómodos al trabajar en aquellas sobre todo que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes y puedan llegar a cumplir cada uno de sus objetivos con la finalidad de mejorar la formación de las empresas, dando como resultado una buena productividad y sobre todo competencia en el mercado, además manifestaron que el horario de atención al público es bueno, también manifestaron que los costos que brindan estas empresas son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes con un bajo costo, por consiguiente manifestaron que las técnicas de calidad que utiliza la empresa es buena teniendo en cuenta así las técnicas de control que tienen estas empresas, así mismo manifestaron que la competencia que tienen estas tiendas de ropa es buena logrando así una mayor demanda en el mercado, como también nos dicen que las empresas al aplicar una gestión de calidad le ayude a lograr sus objetivos es buena, aplican las empresas es buena nos da a entender que al aplicar los canales distribución para las empresas generara una buena competitividad en el mercado y sobre todo para una buena calidad de sus productos o servicios que sacan a la venta, mediante este canal de distribución ayudan a las empresas a poder circular sus productos trayendo como beneficio una gran demanda, así mismo manifestaron que los canales de distribución ayudan a mejorar la competitividad es buena, por consiguiente dijeron que los canales de distribución faciliten la circulación del producto en la competitividad es buena.

Chunga (2020) en su trabajo de investigación titulada “Gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro Ropa en el Mercado de Paita, Año 2020”, tesis para optar el título Profesional de Licenciado en Ciencias Administrativas en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Paita, quien tuvo como objetivo general: Determinar las características que tiene la gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro ropa en el mercado de Paita, año 2020, empleó la metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativa, diseño no experimental, siendo la

muestra una población infinita por lo tanto acudimos a utilizar la fórmula estadística dando como resultado una muestra de 385 para ambas variables, la técnica de recaudación de datos fue la encuesta y como instrumento de la investigación un cuestionario, los principales resultados y conclusiones fueron que un 72% considera que en las MYPE si manejan estándares de calidad del producto, un 65% considera que en las MYPE la mayoría de clientes se siente satisfecho con el producto, un 52% considera que los precios son accesibles y cómodos que nuestra competencia, un 64% brinda una buena calidad de producto, un 57% cree que al innovar nuestro producto es muy importante para permanecer en el mercado, un 53% se siente insatisfecho con las nuevas modas que se les ofrece, un 51% se siente satisfecho por el producto que ofrece la MYPE, un 51% el producto que se ofrece logra superar sus expectativas, y concluyo que la principal característica de la gestión de calidad y marketing en la mayoría de los encuestados nos dicen que las MYPE si mantienen la calidad de los productos ofrecidos para poder superar las expectativas de los clientes, haciendo uso de las nuevas tecnología y dando precios cómodos de acuerdo a la disposición de nuestro cliente Se identifica que dentro de la importancia de la gestión de calidad tiene en su mayoría que las MYPE si manejan estándares de calidad del producto, Se le recomienda que manejen buenos estándares así obtendrán más ventas y más ganancias. Identifica el nivel de satisfacción de los clientes sobre gestión de calidad en su mayoría el producto que se ofrece logra superar sus expectativas de los clientes, se recomienda utilizar todos los niveles de satisfacción ya que así podrá fidelizar a los clientes de la competencia.

Masías (2016) en su trabajo de investigación titulada “Formalización y Gestión de Calidad de las mype comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara (Piura), año 2016”, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica

Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Talara; el cual tuvo como objetivo general: Identificar los factores que caracterizan a la formalización y gestión de calidad en las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara (Piura), año 2016, empleó la metodología Descriptiva, nivel cuantitativa, diseño no experimental transversal. Se acudió a las unidades de análisis constituidas por las MYPE del rubro comercio de ropa, los principales resultados y conclusiones fueron que el 85.7% su régimen de constitución es simplificado, el 85.7% utilizan las boletas, el 53.6% cuentan con una licencia municipal provisional, el 100% no cuentan con registros de contabilidad, el 32.1% su razón de formalizar es de contar con un registro legal de su empresa, el 100% no están registradas en SUNARP. Para la variable Gestión de Calidad la población fue de 47 clientes, siendo los principales resultados: El 74.5% de clientes no tienen conocimiento de gestión de calidad, el 87.2% si recibieron del personal un trato amable y respetuoso, el 46.8% prefieren encontrar buena atención en una tienda, el 42.6% la calidad del producto les motivó realizar su compra, el 80.85% si recomendarían la empresa a otras personas, y concluyo que Como elementos importantes de la gestión de calidad en las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara tenemos la calidad tanto del producto como del servicio brindado, cumpliendo con las expectativas que el cliente espera; la tecnología, como el contar con POS en las tiendas para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito, para reducir los riesgos por la inseguridad en la ciudad se tiene el uso de cámaras de seguridad en el establecimiento de ventas así como el uso de cajas automáticas para asegurar el dinero de las ventas del día. El nivel de satisfacción de los clientes sobre la gestión de calidad de las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara es alto porque les brindan un producto y servicio de calidad que cubren sus expectativas, reciben trato amable y respetuoso por parte del personal de la tienda. Muchos de los clientes si recomendarían la MYPE donde realizaron su compra.

Saba (2018) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización gestión de calidad y capacitación en las Mype comerciales rubro confecciones, ropa para niños mercado modelo de Piura, año 2018”, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Piura, el cual tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y Capacitación en las MYPE rubro confección de ropa para niños mercado modelo de Piura año 2018. Se empleó la metodología tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, la encuesta fue utilizada como técnica de recolección de datos, se trabajó con 5 MYPE, donde se realizó 18 para los trabajadores las cuales estuvieron agrupados de acuerdo a las variables: Gestión de calidad y 18 preguntas para la variable capacitación, los principales resultados y conclusiones fueron el 33.33% afirman que les facilitan los Equipos de Protección Individual necesarios para el trabajo, el 100% si hacen mantenimiento a las maquinas, el 100% si cuenta con un sistema de seguridad, el 100% si se adapta a las tendencias, el 100% si creen que los gerentes utilizan la información y datos de los clientes de manera continua, el 100% si se guían de las temporadas para llevar a cabo las confecciones, el 44.44% afirman que los propietarios entienden lo que quiere el cliente y les proporciona lo que necesita; y concluyo que Las MYPE rubro confección de ropa para niños emplean la gestión de calidad, la cual es confiable debido a que existe una adaptación de las tendencias a la hora de confeccionar, cuentan con un sistema de seguridad, que es facilitado por la empresa a sus trabajadores y además tienen una buena gestión por parte del gerente, quien implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa. Los elementos con los que cuentan las MYPE y que ayudan a determinar la gestión de calidad son: un manual de calidad, que determina las políticas de calidad y objetivos que apuntan al cumplimiento de las mismas, un control del desempeño de sus trabajadores que ayuda de manera eficiente a la

MYPE; por otro lado, encontramos, la importancia de contar con un kardex que facilita un mejor control de los ingresos y salidas del inventario. Es importante recalcar además la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente las cuales constituyen básicamente uno de los elementos primordiales de la gestión de calidad.

### ***2.2.1. Variable Atención al Cliente***

Gaitán (2017) en su trabajo de investigación denominada “Proyecto de mejora de servicio al cliente en la empresa distribuciones AC SAS”, tesis para obtener el Título Profesional en administrador de empresas, en la Universidad Santo Tomas, Colombia, como objetivo general: Mejorar el servicio al cliente en la empresa Distribuciones AC SAS para que la organización crezca económicamente y mejore su posicionamiento estratégico en el mercado, el método que empleo fue enfoque cualitativo y cuantitativo, con un instrumento de la encuesta, matriz FODA, el árbol de decisiones, los principales resultados y conclusiones fueron que la alternativa de solución propuesta es una buena opción de mejora para resolver las muchas inconformidades que los clientes tienen con el servicio ofrecido por parte de la empresa Distribuciones AC SAS. Cuando se ajusta el salario de los funcionarios se connota, agradecimiento por la labor desempeñada, de inmediato nace en ellos un incentivo para seguir trabajando con entusiasmo, en busca de coadyuvar al crecimiento de la empresa. Con la compra de los equipos tecnológicos se facilita el desarrollo de las actividades, se genera respeto y ambiente agradable de trabajo tanto para el cliente interno como externo ya que se está invirtiendo calidad de tiempo. Con el proyecto en marcha se genera confianza, agilidad, respeto,

compromiso tanto en clientes internos como externos, que finalmente se ve reflejado en los movimientos contables, crecimiento de ventas, aumenta la rotación de stocks y mejora la economía de la empresa.

Andrade & Escalante (2015) en su trabajo de investigación denominado “Análisis del servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa Bultrims S. A. ubicada en la ciudad de Guayaquil en el año 2014”, tesis que para obtener el título de Ingeniería Comercial, en la Universidad de Guayaquil, Ecuador, teniendo como objetivo general: Diseñar un plan estratégico de servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa BULTRIMS S.A. en el año 2014, empleó la metodología puras o básicas e investigaciones aplicadas, descriptiva y exploratoria, con método sistemático, histórico-lógico, analítico – sintético, de nivel emperico; los principales resultados y conclusiones fueron que se realizó técnicas de venta y mejorar el servicio al cliente que es de gran importancia para la empresa, manteniendo de esta manera nuevos clientes, recuperando clientes perdidos de la cartera por los incumplimiento de entrega de productos o por la falta de atención al cliente adecuada se trata de mejorar las debilidades de la empresa y volverlas fortalezas de la competencia y mantenerse como líderes del mercado objetivo. Podemos tomar algunas estrategias del F.O.D.A que será de gran ayuda para el crecimiento de la empresa. Tomar en consideración las encuestas realizadas a los clientes metas, las entrevista que son de conocimiento de lo que el mercado exige en quejas y en satisfacción del servicio que se está dando como empresa. Para aumentar las ventas en la empresa que entro en una carencia de clientes se llegó a este punto por la falta de liquidez de la empresa.

Zambrano (2015) en su trabajo de investigación denominado “Plan de negocios para la comercialización online de ropa infantil personalizada que fomente la producción artesanal en la ciudad de Guayaquil”, tesis que para obtener el título de Magister en Administración de Empresas, en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador, teniendo como objetivo general: Analizar el mercado de venta de ropa infantil en línea, con la finalidad de establecer y mejorar las opciones que se brinda a los clientes al momento de ofrecer variedad y calidad del producto, y así proponer la implementación de un plan de negocios para venta on-line de ropa infantil con diseños personalizados que fomente la producción artesanal, empleó la metodología no experimental, transaccional descriptiva, Investigación de campo.- Porque en la fase de investigación de mercado se aplicarán encuestas a clientes potenciales; los principales resultados y conclusiones fueron que el 60% de los encuestados si conoce como comprar mercadería por Internet y recibirlo en el domicilio, el 65% de los encuestados indicaron que si estarían dispuestos a comprar ropa de niños por internet, el 70% de los encuestados confirmó que si se afiliaría a una página web con el fin de obtener más descuentos e información sobre ofertas del servicio de venta de ropa de niños por Internet, el 35% de los encuestados confirmó que utilizará el servicio de compra de ropa de niños por Internet por lo menos una vez al mes, el 45% de los encuestados confirmó que prefiere comprar ropa para niños diseñada, y concluyo que es un negocio viable y atractivo con buenas utilidades, con un manejo de manejo de mercado acertado y un control administrativo eficaz; actualmente el mercado de ropa infantil, se encuentra en crecimiento localmente, y que el consumidor tiene una tendencia en aumento de compra a través de redes sociales y web, por lo cual el modelo de negocio a implementar tiene un ventaja competitiva en el mercado sobre todo por su valor agregado que es el diseño personalizado a través de la web. De acuerdo al análisis técnico realizado para esta tesis, se concluye que la

implementación del mismo no posee un elevado grado de complejidad, y que con una adecuada organización se pueden llevar a cabo los objetivos propuestos en el proyecto. Tomando en consideración los objetivos estratégicos, se cumplieron las proyecciones de ventas, y margen de utilidades esperados. En base a las investigaciones realizadas se determina que el modelo de negocio a implementar tendrá beneficios tanto para la satisfacción de los consumidores, como para el negocio y su participación en el mercado, además fortalecerá a la producción nacional y artesanal, lo que a través de planes financieros ha venido impulsando el Gobierno Nacional en la consecución de programas de crecimiento social económico, lo que promueve además este tipo de planes de negocio, fomentando la creatividad, el emprendimiento y el conocimiento de los negocios y la administración correcta, de manera que es viable, oportuna y eficaz, su desarrollo en el menor tiempo posible, habiéndose ya planteado por medio de la investigación, este plan de negocios que aportará al crecimiento personal, social y de la ciudad.

Romero (2018) en su trabajo de investigación denominada “Caracterización de la Gestión de Calidad de servicio bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro otros tipos de venta al por menor de productos de belleza y cosméticos en el distrito de Huaraz 2016”, tesis para optar el título de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Huaraz, quien tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad de servicio bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro otros tipos de ventas al por menor de productos de belleza y cosméticos en el distrito de Huaraz, 2016. La metodología que empleó tipo cuantitativo nivel descriptivo y diseño no experimental- transaccional transversal, porque se recolectaron los datos en un solo momento en un tiempo único, Para la determinación de la muestra, se utilizaron datos

proporcionados por el Municipio de Huaraz de 15 MYPES con la denominación de salón de belleza o tiendas de ventas de perfumería y cosméticos a los cuales se les consultó sobre la cantidad de clientes, acto seguido se totalizó las cantidades proporcionadas por los establecimientos determinando una población de 8760 clientes y de éste total se determinó una muestra de 354 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas cerradas, los principales resultados y conclusiones fueron que el 30.23% están medianamente de acuerdo, así como el 27.40% estar de acuerdo con el mobiliario, equipo y herramientas que utilizan en el establecimiento, el 40.96% está de acuerdo con la presentación adecuada del personal que atiende en el establecimiento, el 40,96% está de acuerdo con el material de publicidad que utiliza el establecimiento al que asiste, el 22,03 % señala estar en desacuerdo que el personal de estos establecimientos no respetan el tiempo promedio, el 30,51% señala estar de acuerdo con la atención del personal que le brinda el producto que requiere y en el tiempo prometido, el 31, 64% tiene un sincero interés en solucionar un problema o reclamo al momento de adquirir un producto o servicio de belleza; y concluyo que las características de la gestión de calidad de servicio bajo el enfoque de atención al cliente nos muestran algunas deficiencias en la atención al cliente tales como: el personal que atiende no viste adecuadamente, no respetan el tiempo prometido, no muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen, debido a que existe un porcentaje de desconocimiento de la gestión de calidad de servicio en atención al cliente. Con respecto a las principales características de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro otros tipos de ventas al por menor de productos de belleza y cosmeticos son de sexo femenino, teniendo la edad de 19 a 23 años y con grado de instrucción superior no universitario manifiestan los establecimientos no tienen ambientación moderna es por ello que estos establecimientos no satisfacen ni cumplen con las expectativas de los clientes.

Rodriguez (2019) en su trabajo de investigación titulada “Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bazar tiendas de regalos del casco urbano distrito de Chimbote, 2017”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Chimbote, quien tuvo como objetivo general: Diseño no experimental – transversal, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 12 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, empleó la metodología de investigación el tipo cuantitativo, porque se medirá la variable competitividad en todos sus contextos, el nivel de investigación es descriptivo porque solo se detallará y/o mencionará la población de estudio a partir de la muestra que es un total de 13 Mypes. Se utilizará la técnica de encuestas y el instrumento será un cuestionario de 11 preguntas a la muestra dirigida, siendo a la vez una encuesta personal ya que será en presencia de los mismos para lograr un mejor análisis, observación y características de la variable, los principales resultados y conclusiones fueron que El 91,7% de las micro empresas están dirigidas por personal femenino, el 83,3% sostienen que las micro empresas se crearon para generar ganancias, el 75% no conocen el término gestión de calidad, el 100% sostienen que la atención al cliente es fundamental para las micro empresas, y concluyo que no tienen conocimiento del término de Gestión de Calidad de lo que se concluye que la mayoría usa la técnica de observación para medir el rendimiento, la mayoría señala que la Gestión de Calidad si favorece a mejorar con el negocio y la mayoría manifiesta que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas propuestas de la 68 empresa. La totalidad tienen conocimiento del término de atención al cliente, pero la mayoría no aplica gestión de calidad en las MYPES. Así mismo la totalidad de los representantes declaran que la atención al cliente es fundamental para la empresa y la mayoría ostentan brindar regular servicio. La

mayoría señalan que están dando una mala atención al cliente por una mala organización de sus colaboradores. La totalidad señalan que brindar una buena atención al cliente permite el posicionamiento de la organización en el mercado y la mayoría ofrecen solución ante un problema con los clientes.

Ruiz (2018) en su tesis de investigación denominada “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, venta de ropa y accesorios, distrito de Callería, año 2018”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Callería, quien tuvo como objetivo general: Determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, venta de ropa y accesorios, distrito de Callería, año 2018. La metodología que empleó fue mixta: cuantitativa y cualitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. Usando la técnica de encuesta y un cuestionario estructurado de 22 preguntas, los principales resultados y conclusiones fueron que el 65,4% son de género femenino. Estos negocios se caracterizan por ser establecimientos de poca dimensión (tamaño); emplean de “1 a 4 colaboradores”; carecen de organigrama y manual de organización y funciones. Esta falta afecta el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la organización. Respecto a gestión de calidad: el 61,5% no tienen misión y visión; tampoco usan herramientas administrativas y carecen de un plan de gestión, y concluyo que la gestión que realizan en atención al cliente no es eficaz, porque es eminentemente empírica y no técnica. Los microempresarios toman decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto plazo. Esto evidencia que requieren de capacitación gerencial para una gestión más ordenada y estratégica. No tienen misión y visión y solo el 46% cuenta con plan de gestión, sin embargo, este no es aprovechado porque la falta de conocimiento gerencial de su uso. Es aspectos de

atención al cliente, algunos microempresarios han brindado importancia de agenciarse de un estudio de expectativas y preferencias de sus clientes muy necesarios para afinar mejor sus estrategias en adquisición de mercadería. Este estudio les ha permitido también seleccionar mejor el segmento de mercado a satisfacer. La infraestructura es una gran ventaja en el 76,9% de estos negocios y responde al enfoque de atención y satisfacción al cliente el cual refuerzan con la capacitación al personal para atención. Finalmente, se concluye que solo el 38,5% de los microempresarios encuestados han comprendido que es necesario conocer que es lo que el cliente espera encontrar en sus negocios y la importancia de una gestión basada en la calidad como soporte.

Ramos (2019) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE del sector comercio rubro venta de accesorios de computadoras, galería Los Algarrobos, cercado de Piura, 2018”; tesis para optar el título de Licenciado en Ciencias Administrativas, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Piura, quien estableció como objetivo general: determinar las características de la capacitación y atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro ventas de accesorios de computadoras, Galería Los Algarrobos, cercado de Piura, 2018, la investigación empleó la metodología tipo cuantitativa y de nivel descriptivo con diseño no experimental, de corte transversal. Las MYPE objeto de investigación fueron 03 MYPE. La población fue finita, para la variable capacitación y considerándose una muestra de 8 trabajadores; para la variable atención al cliente la población es infinita donde la muestra estuvo conformada por 120 clientes, se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, los principales resultados y conclusiones fueron que un 62,5%; señala que no se les brinda información sobre las normas y políticas de las MYPE, un 62,5% que no conocen todas las características de los productos o

servicios, en su totalidad 100% que definitivamente las capacitaciones mejoran su desempeño, en su totalidad 100% que definitivamente las capacitaciones promueve y les motiva a dar un mejor desempeño en sus funciones, en su totalidad 100% que mediante las capacitaciones adquieren conceptos técnicos que le permiten expresarse de manera correcta, en su totalidad 100% que a través de las capacitaciones le permite ser más productivos en sus actividades, un 75% consideran que capacitarse les sirve para solucionar problemas con mayor conocimiento de causa, en un 75% que las capacitaciones permite una mayor identificación con la MYPE, en un 75% que las capacitaciones si permiten que las relaciones laborales entre los trabajadores sea la adecuada, un 62,5% de los trabajadores indicó que si se les informa sobre las políticas y normas para la realización de sus funciones, un 75% de los trabajadores determinó que las capacitaciones si benefician en generar las aptitudes comunicativas de los miembros de la organización, y concluyo que se identificó en relación al nivel de atención al cliente, los tiempos de atención son adecuados, además que existe una comunicación fluida con los clientes, brindando una atención adecuada ante quejas o reclamos, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes; además mantienen un nivel adecuado de productos en stock para atender la demanda; sin embargo, en mayor proporción señalan que no existe un servicio postventa. Respecto a las cualidades del personal para la atención al cliente; se indicó que los empleados de las MYPE rubro venta de accesorios de computadoras, son honestos en los servicios que brindan, de esta manera cumplen con las promesas que señalan al brindar sus servicios; y así mismo reflejan transparencia en las ventas al señalar las ventajas de los productos y servicios; permitiendo que los clientes se confíen plenamente en los servicios que ofrece la MYPE.

Nieves (2017) en su trabajo de investigación denominado “El visual merchandising y su incidencia en la decisión de compra del cliente shopper y el cliente buyer de las tiendas por

departamento de la ciudad de Piura - año 2016”; tesis para optar el título de Licenciado en Administración, en la Universidad Privada Antenor Orrego, en la ciudad de Piura, quien estableció como objetivo general: Determinar de qué manera el visual merchandising incide en la decisión de compra de los clientes shopper y buyer de las tiendas por departamento de la ciudad de Piura, la investigación empleó la metodología de tipo descriptiva, no experimental con estudio de caso, apoyándose en bibliografía documental, los principales resultados y conclusiones fueron que El visual merchandising tiene una incidencia directa en la decisión de compra de los clientes de las tiendas por departamentos de la ciudad de Piura. Esto se aprecia en la tabla 1 que resume todos sus componentes y cómo los clientes evalúan su importancia en la decisión de compra. En ello destaca nítidamente los factores interiores que obtienen una calificación ponderada de 3.74 lo que les da el carácter de importante al momento de decidir una adquisición. 2. Entre los hábitos de compra más frecuentes entre los clientes encuestados ese encuentra que los clientes de las tiendas por departamento de la ciudad de Piura asisten como promedio cada dos meses a realizar compras en dicho tipo de establecimientos. De los que realizaron alguna vez alguna compra impulsiva, el 65% indicó que se siente satisfecho o muy satisfecho. Además, un 58% declaró que puede, en dichas ocasiones, realizar compras impulsivas. La categoría que más adquieren es la de ropa (28%) seguida de zapatos (18%) y luego tecnología (13%). 3. Los elementos de visual merchandising que mayor incidencia tienen en la decisión de compra de los clientes shopper (fuera de la tienda) de las tiendas por departamento de Piura son los escaparates con una calificación de 3.31 en la escala del 1 al 5. Igualmente, significativos son la fachada (3.26) y la facilidad de acceso (3.30). 4. Más importantes son los factores que inciden en la decisión de compra de los clientes buyer, ya que destacan el número de cajas de pago evaluada con 4,32, la limpieza con 4.27 y luego el número

de vendedores y la exhibición de productos con 4.04 cada uno. Otros elementos importantes son el número de probadores, el aire acondicionado, la facilidad de tránsito y la iluminación. La tienda por departamentos mejor evaluada en aspectos de visual merchandising es Saga Falabella del Open Plaza, que fue la única que fue evaluada como buena, con un puntaje del 3.56 en la escala del 1 al 5. Seguida por las tiendas Ripley tanto del Real Plaza como del centro, ambas con una calificación de 3.08, que las ubica en el rango de regular.

Uchofen (2019) en su trabajo de investigación denominado “Evaluación de la calidad del servicio en un retail homecenter utilizando la metodología RSQS (retail service quality scale)”, trabajo de investigación de Ingeniería Industrial y de Sistemas, en la Universidad Nacional de Piura, en la ciudad de Piura, el cual tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio en un retail Homecenter mediante la metodología RSQS, utilizando la metodología de investigación SERVQUAL, los principales resultados y conclusiones fueron que la calidad empresarial en el país. La evaluación de la calidad de servicio en tiendas retail es fundamental para su desarrollo y progreso, así como para el beneficio del consumidor. Cabe mencionar que esta investigación aborda el análisis de la calidad de servicio en el sector retail Homecenter analizando el servicio tradicional de dicho sector, es decir el físico. En futuras investigaciones, se podría realizar encuestas a la salida que podrían medir otras dimensiones, como satisfacción solamente, o expectativas en clientes nuevos que son los más asertivos. Además, se recomienda que las futuras investigaciones aborden nuevas metodologías de acuerdo a las tendencias actuales del sector retail: e-commerce (comercio electrónico generalmente desde un computadora u ordenador), m-commerce (comercio mediante dispositivos móviles) y el omni-channel. La aplicación de la metodología no presentó ningún tipo de inconvenientes, ni en el trabajo de campo ni en los análisis posteriores. Además, los análisis estadísticos mostraron que todos los

ítems de la encuesta aportan a la percepción de calidad de servicio general, por lo cual se concluye que el modelo RSQS se adapta apropiadamente a una tienda retail de tipo Homecenter en Lima, Perú. El análisis por edades muestra que las personas mayores de cuarenta años califican mejor a la empresa por las facilidades del estacionamiento de la tienda, debido a que es usual que ellos tengan vehículo propio. Por otro lado, se concluye que la percepción de la calidad general del cliente no se encuentra alterada si se cuenta con tarjeta de la empresa o no. Se encontró una diferencia cuando las personas poseían o no la tarjeta de crédito de la empresa. En promedio, las personas que la tenían estaban de acuerdo con que existan facilidades de pago y descuentos usando la tarjeta, ocurría lo contrario en el caso de los que no tienen. Estos últimos se sienten descontentos con la exclusión de las promociones. Para que no exista esta insatisfacción por parte de los clientes se recomienda que analicen la posibilidad de realizar algunas promociones para beneficio de estas personas.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Gestión de Calidad**

#### **2.2.1.1. Concepto de Gestión de calidad**

Gullo & Nardulli (2018) aborda que la administración de la calidad es el grupo de normas pertenecientes a una compañía, es decir, son aquel conjunto de reglas correspondientes a una organización, unidas entre sí y a partir de las cuales es que la compañía u organización, en teoría, podrá controlar de manera ordenada la calidad de la misma. El objetivo siempre estará centrado

hacia la mejora lineal de la calidad. Entre aquellas normas destacan estas: existencia de una estructura organizacional, en la cual se clasifican tanto los niveles directivos como los de control; construcción de los cargos de los individuos y de los departamentos en los que se halla dividida la entidad; los procesos que resultarán del plan de pasos a seguir destinado a administrar las acciones de la organización; los procesos que siguen el objetivo específico; y los recursos, técnicos, humanos, entre otros.

Entonces, la Gestión de la Calidad es el conjunto de acciones, pre elaboradas y sistemáticas, que son indispensables para brindar la convivencia y armonía adecuada de que un producto, bien o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad. Los grandes inversores se dieron cuenta que para garantizar que sus proveedores les enviaran los productos cumpliendo sus especificaciones, era necesario que organizaran y documentaran todos aquellos aspectos de su compañía que pudieran contribuir en la calidad del producto que les brindaban. Todo ello debía estar sistematizado y atestiguado, y por ello empezaron a obligar a sus abastecedores a garantizar la calidad.

Arciniegas & González (2016) define gestión de calidad al procedimiento que las entidades llevan adelante con el propósito de perfeccionar sus bienes y servicios. El mismo tiene como base lograr una mayor satisfacción de la clientela, de modo que éste alcance un vínculo con la marca en cuestión. Existen muchas formas de dar en cara el control de la calidad, pero, por lo general, se pone el centro de atención en la respuesta que el cliente tiene de los bienes o servicios producidos, en lo que le concierne, en la investigación de sus necesidades. Y es que es así, cualquier tipo de progreso que se intente hacer en este sentido tiene como fundamento un riguroso análisis, lo suficientemente profundo de la demanda.

La Gestión de la Calidad se ha vuelto actualmente en la condición insustituible para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la compañía. El crecimiento sin frenos del nivel de exigencia del consumidor, junto a la explosión de competencia procedente de nuevos países con ventajas comparativas en costes y la creciente modernización de productos, procedimientos, sistemas y entidades u organizaciones, son algunas de las causas que hacen de la calidad un factor determinante para la rivalidad y la supervivencia de la empresa actual. La literatura en este campo, avalada en una gran evidencia empírica, llega a la conclusión de que la competitividad empresarial, en un entorno descontrolado como el actual, exige una orientación prioritaria hacia la mejora de la calidad. El soporte de esta prescripción teórica es la existencia de una comunicación positiva entre la Gestión de la Calidad y los resultados organizativos.

No obstante, para Guerra (2020) fundamenta que la calidad ya no es restringido actualmente por la calidad de un producto, bien o servicio, sino que conforma todos los métodos a través de los cuales la entidad satisface las necesidades y expectativas de su público o clientela, de sus trabajadores y de todo el mundo, en general. El concepto de calidad total es aplicado a todas las actividades de la empresa. En consecuencia, la GCT se define como un cargo directivo apto de inventar ventajas competitivas sostenibles, alcanzando, pues, la mejor calidad del producto. El aumento de la competitividad pasa por mostrarnos la cultura de la calidad en su proceso directivo, en su estrategia, en cada área funcional y en cada proceso de la organización. Una labor como esta requiere un cambio drástico, ya que, para tener éxito, se debe guardar cultura compartida. La segunda misión del libro se encuentra en compartir principios, las prácticas y las técnicas de las cuales las empresas puedan conseguir el cambio cultural necesario.

Igualmente, formar un modelo de calidad de servicio basado en las comodidades del cliente, es esencial para el progreso. Es decir, usar los datos psicológicos de los compradores y poder plantearlos en un proyecto que pueda servir de apoyo para la mejora de calidad de servicio. Asimismo, usar las expectativas de los clientes, permitirá conocer los gustos y preferencias. Establecer un propósito común que vaya más allá de las tareas de los empleados para así brindar una meta compartida de servicio.

Además, Di Génova (2020) menciona que una de los modos principales para que la empresa se pueda diferenciar de otras, consiste en brindar calidad en el servicio, en forma firme, de modo que generará competitividad, lo cual lleva a que las empresas ajenas se esfuercen a ofrecer mejores productos e implica una mejora en el desarrollo mundial. Variedad de empresas de servicio intentan brindar una buena calidad de servicio, en forma lineal, y que trate de substituir a otros. Por eso, las expectativas de los clientes deben ser tomados en cuenta por los prestadores de servicio. Por desgracia, la calidad de los servicios es más difícil de definir y juzgar en comparación a la calidad en los productos.

### **2.2.1.2. *Principios de la gestión de calidad***

Aparicio, Banzato & Liberatore (2017) expresa que un sistema de gestión de calidad, ya sea certificado o no, debe estar documentado con un manual de calidad y con procedimientos e instrucciones técnicas y debe revisarse su cumplimiento a través de auditorías. Debe contemplar

todos aquellos aspectos que tengan incidencia en la calidad final del producto o servicio que presta la organización. A continuación, se detallarán los principios de la gestión de la calidad:

**Enfoque al cliente:** las empresas están a la merced de sus clientes, por lo que deben brindar servicios que no solo cumplan con las expectativas de la clientela, sino también sobrepasar sus deseos. (Flamarique, 2017)

Además, algo que la empresa debe conocer, es que las necesidades y deseos de los consumidores no son estáticos, es decir, no siempre serán las mismas, así que deben variar, por encima, los clientes se informan cada día más y cambian sus expectativas. Por ello, no solo es necesario conocer las expectativas y necesidades de los clientes, sino que ha de ofrecerles soluciones a través de sus productos y servicios, y organizarlas para poder mejorar aquellas expectativas. (Ramírez, 2016)

**Liderazgo:** Aparicio, Banzato & Liberatore (2017) explica que los líderes crean el ambiente en el cual las personas pueden involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

Entonces, los líderes logran tener una dominación sobre todo el personal de trabajo, es por eso que los líderes son como una cadena que sujetan a los empleados. Si se rompe un eslabón de aquella cadena, se rompe el liderazgo de la organización. (Flamarique, 2017)

**Implicación de todo el personal:** los humanos, de todo rango, son la base de una empresa y estas personas se encuentran allí porque brindan beneficios que aportan al desarrollo de la organización. (Ramírez, 2016)

Asimismo, Aparicio, Banzato & Liberatore (2017) explica que la motivación del personal es fundamental, por lo que la entidad debe tener un plan de incentivos para su personal. De otro modo, será más complicado que la organización vaya en orden.

**Enfoque de proceso:** un resultado deseado se logra más eficientemente cuando los recursos relacionados y las tareas se manejan como un proceso. (Flamarique, 2017)

De este modo, se debe lograr un cambio en la organización. Ha dejado de ser una organización por departamentos o áreas funcionales para ser una organización por procesos para poder crear valor a los clientes. (Ramírez, 2016)

**Enfoque de sistema a la gestión:** Aparicio, Banzato & Liberatore (2017) expresa que identificando, entendiendo y dominando un sistema, como procesos interrelacionados para lograr un objetivo propuesto, se contribuye a la efectividad y eficacia de la empresa.

Por lo tanto, el propósito último que se desea es mantener los objetivos muy bien marcados. Es por eso que la empresa debe detectar todos los procesos elaborados, es decir, llevar un control. (Flamarique, 2017)

**Mejora continua:** la constante mejor debe ser una meta en toda organización. (Ramírez, 2016)

Asimismo, Aparicio, Banzato & Liberatore (2017) expresa que la mejora continua del esfuerzo de toda la entidad debe ser un objetivo a alcanzar. Esa mejora continua de los procesos se consigue siguiendo el ciclo PCDA del Dr. E. Deming: Planificar – Desarrollar – Controlar – Actuar, para mejorar.

**Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones:** las decisiones efectivas se basan en un riguroso e intuitivo análisis de datos. (Flamarique, 2017)

Sin embargo, para poder tomar decisiones se debe analizar bien los datos. Lo que no se puede medir no se puede controlar, y lo que no se puede controlar es un caos. Esto es fundamental. (Ramírez, 2016)

**Relación de mutuo beneficio con proveedores:** Aparicio, Banzato & Liberatore (2017) explica que tanto la organización como sus proveedores deben tener una buena relación por poder sostener la empresa. Por ello, se debe tratar al proveedor como un socio más de la empresa.

Por tal motivo, una organización y sus proveedores son dependientes entre sí, y una buena relación mutua lleva a ser beneficiosa. De tal modo, es esencial crear alianzas con los proveedores para poder mejorar la productividad. En las alianzas, gana tanto la organización como los proveedores. (Flamarique, 2017)

### **2.2.1.3. *Beneficios de la gestión de calidad***

Según Prieto (2017) especifica que el llevar a cabo una buena implantación de un Sistema de Gestión de Calidad debe servir a cualquier empresa o persona a conseguir las metas deseadas, de modo que se ve repercutido en los buenos gestos de los clientes y el positivismo al recibir los productos. Si una empresa te intenta vender una moto nombrándote todos los beneficios que puedes conseguir, es porque han implantado un sistema de gestión de calidad. Sin embargo, los comerciales te pueden mostrar los beneficios.

**Potenciar el rostro de la entidad para la clientela tanto los actuales como los potenciales.** - mejorar la imagen de la organización no quiere decir que sea malo, lo malo está no intentarlo y bajar la calidad. (Bustos, 2018)

Por efecto, los sistemas de gestión de calidad impulsan a mejorar el rendimiento. La mejora continua también apoya al aumento del rendimiento, a incrementar la calidad de un bien o servicio o a rebajar el precio de obtención de actividades que ya desarrollamos de forma habitual. (Rodríguez & Álvarez, 2016)

**Mejorar la calidad de nuestros productos y servicios.**- Prieto (2017) explica que el sistema nos obliga a realizar un análisis con detalle de todos nuestro procedimientos y ha procesos de la forma más rigurosa posible con el sentido de normalizarlos y así lograr construir un producto, bien o servicio muy consistente en calidad a lo largo del tiempo. Además, el sistema de control de calidad nos brinda herramientas útiles para analizar ese proceso y tratar de mejorarlo según las modas de los datos que se vayan recopilando. Es aquí donde nace la importancia de hacer un buen uso del control de la calidad.

De tal manera, esto lleva a una mejor ubicación en el mercado. Adoptar un sistema de gestión de la calidad es lanzar una señal a todos los agentes que interactúan con nuestra organización sobre nuestro compromiso con la calidad y la mejora continua. (Bustos, 2018)

**Mejora nuestro sistema de trabajo: podremos ser más eficientes y eficaces y con ello, más competitivos.** - como he mostrado anteriormente, si logramos un correcto concepto de todos los procesos, lograremos elaborar las metas mucho más rápido, eliminando de la rutina diaria de trabajo todos aquellos fallos y errores. (Rodríguez & Álvarez, 2016)

Asimismo Prieto (2017) especifica que la empresa incrementa su liderazgo en el mercado y construye positivamente sus posibilidades de sostenibilidad en el tiempo y su liderazgo.

**Incrementar la satisfacción de los clientes.** - este es el propósito de toda organización, que la clientela quede satisfecha. Deberían estarlo, ya que las empresas les están brindando, productos o servicios de calidad. (Bustos, 2018)

El prestador de servicio es el agente principal de toda empresa de éxito. Simplemente, porque el gran desafío que vive cada empresa es que sus clientes no los abandonen, es así como prefieren entregar sus productos de masiva calidad. Por este motivo, las entidades que saben de comercio, tienen en mente la satisfacción de todos sus clientes para poder lograr lo que el prestador desea. Por otro lado, las normas ISO verifican el buen cumplimiento de los parámetros de calidad. Existen distintas normas que propician el propio éxito de la empresa. (Rodríguez & Álvarez, 2016)

**Incrementar la satisfacción y motivación de todos los que conforman la empresa.-**  
Prieto (2017) especifica que el sistema de gestión de calidad nos plantea que cada cierto tiempo nos detengamos, pensemos, analicemos y logremos sacar conclusiones sobre cómo va la empresa. Es algo muy practicado por el encargado del sistema de control de calidad. Las conclusiones que saque este agente no debe compartirlas con los clientes. Así es difícil que los empleados de la empresa se sientan integrados. Por favor, tenemos que hacerlo bien. Todos los jefes de departamento, reúnanse en un solo lugar y analicen la situación. Que por más que lo nieguen, esto brindará buenos resultados para toda la organización. Luego, atraer sugerencias de

los empleados para poder recrear un ambiente sano. Porque para satisfacer a los clientes, primero se debe satisfacer a los empleados.

Por lo tanto, los sistemas de control de calidad apoyan a sistematizar operaciones y a hacer más eficaces los procesos de una organización y abre puertas, además, a generar ahorros, prevenir recursos ociosos y redistribuirlos eficientemente. (Bustos, 2018)

**Intercambio de conocimientos how know.** - en aquella reunión mencionada anteriormente, se deben exponer todos los puntos de desarrollo de la empresa, todo un recuento de lo que pasó y lo que pudo pasar. Si hoy se falló, la próxima vez no se debe repetir. (Rodríguez & Álvarez, 2016)

Asimismo, Prieto (2017) especifica que los sistemas de gestión de calidad empuja a la mejora continua. La mejora continua es un proceso elaborado y sistemático dirigido a conseguir un rendimiento mejor de un proceso, a aumentar la calidad de un bien o servicio o a disminuir el costo de obtención de actividades que ya desarrollamos de forma habitual.

**Simplificar la interacción y comunicación entre los distintos departamentos o áreas de la empresa.** - el convocar conferencias entre los empleados con fecha indicada y bajo un orden del día nos va a ayudar a que cada persona llamada tenga toda aquella información importante que deba presentar en la reunión. (Bustos, 2018)

Preparar reuniones entre todos los empleados nos ayudará a que cada uno exponga sus ideas con respecto a la empresa. Hay que ser perseverante en llevar a cabo una correcta implantación del sistema y una positiva interpretación de cada requisito que nos indica la norma ISO 9001 para cumplir con los beneficios anteriores y lograr el éxito anhelado. Es importante

resaltar lo que a muchas empresas se les olvida, y es la contribución que aporta todo. (Rodríguez & Álvarez, 2016)

### ***2.2.2. Atención al cliente***

#### ***2.2.2.1. Definición de atención al cliente***

Arenal (2019) presenta que el servicio al cliente es clave para el desarrollo de cualquier negocio”. No solo tener en cuenta qué es la atención al cliente, cómo se consigue y todo aquello no te servirá para que tu negocio mejore, sino que se hallará una mejor relación con la clientela, lo cual creará un ambiente positivo para la empresa. Probablemente, si quieres que tu negocio obtenga más ventas, lo que harás es conseguir más clientes o generar más productos. Sin embargo, lo que debes hacer es tener en mente que debes entregar un buen servicio a todos los clientes que tengas.

El servicio al cliente hace referencia a todo el control que realiza una entidad o una organización para satisfacer las necesidades de sus clientes. Para poder ofrecer un buen servicio al cliente, primero se debe tener conocimiento de lo que desea el prestador de tu servicio, luego, tenerlas en mente durante todo el proceso, incluyendo el momento en que el cliente se retira.

Por lo tanto, Pérez (2019) explica que el servicio es el conjunto de tareas que se vinculan entre sí y de actitudes que se construyen para cubrir las necesidades y deseos de los usuarios. El servicio, entonces, será el resultado entre la buena relación del proveedor y el cliente.

La calidad del servicio, será la que se obtenga de elegir las dimensiones convenientes, de las cosas que suman valor, resuelven dilemas y satisfacen necesidades, para otorgar en estas,

unas expectativas mayores a las del cliente. Si no hay cliente, entonces no hay servicio, y solo el cliente tiene esa información necesaria para evaluarnos. Las expectativas del cliente, son el motor para que una empresa llegue al éxito.

Zapatero (2016) confirma que ofrecer una atención al cliente que sea magnífica te permitirá destacar entre la competencia. Además, la reputación tuya se verá beneficiada y los clientes lo admirarán. Es así como generas una publicidad y no solo eso, sino los clientes te podrán recomendar. Con una buena atención al cliente, además de elevar la fidelidad de los consumidores, favorece a que quieran adquirir tu producto de nuevo y rápidamente.

Por lo tanto, el servicio es aquello intangible que mejora el desarrollo de tu empresa de modo que el cliente estará satisfecho con tu producto y se verá deseoso de repetir la dosis de tu bien o servicio. Es decir, el valor agregado percibido y la satisfacción obtenida son simultáneos.

Vaquero (2016) indica que servicio al cliente es, entonces, brindar asistencia a la clientela, de modo que esto lleve a un gran grado de satisfacción, y que además esté de acuerdo con la meta deseada. Por lo tanto, se basa el área de servicio al cliente en la importancia que se le brinda a las preocupaciones del cliente, tanto en el nivel de relación con ellos, como en la forma en la que se encuentra ubicado el servicio, es decir, el entorno. Por lo general, en las organizaciones se ha usado muchas veces el término cliente para referirse a quien estamos entregando el producto, pero es muy importante identificar que los clientes también existen a nivel interno, es decir que el servicio según la definición dicha anteriormente no solo se debe ofrecer a las personas externas. También se debe brindar un buen servicio a las personas que trabajan internamente en el centro laboral, para que el cliente reciba el buen trato que se da a los demás y así quiera recibir el mismo trato.

Servicio al cliente es el establecimiento y el control de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la entidad. Por lo cual, se determina de la investigación de los deseos de los clientes, en todas las fases del proceso del servicio. La misión bases es mejorar la experiencia que pasa el cliente con el producto que se le es ofrecido. Es importante tener en mente lo dicho por Lovelock, en la citada definición, pero se debe aclarar que esto hace parte de la gestión de la calidad del servicio y, por ende, del uso de sistemas integrados de gestión de la calidad.

#### **2.2.2.2. Claves esenciales de atención al cliente**

Martínez (2016) expresa que el consumidor es el protagonista en el comercio; es la especie que decide qué comprar y a qué tienda entrar. Las empresas deben tener una buena estrategia al momento de tratar a los clientes, porque trabajar con cantidad de personas en tu entidad genera competencia vea por donde se vea. Si no se quiere problemas, lo mejor es que se mantenga una buena relación con el cliente. La competencia crece cada día ya que los prestantes buscan un buen lugar en donde poder conseguir sus productos de buena calidad, acompañada de un buen servicio y precio razonable. Por ello, es muy importante buscar y encontrar fórmulas para atraer público, que estos se vuelvan tus clientes y que te recomienden con sus entornos. Estas pueden ser algunas consideraciones que puedas tomar al momento de ofrecer un producto:

**Satisfacción del cliente:** Se debe trabajar cada día para que el cliente pueda recibir un buen servicio. Ten en mente que los consumidores, son los esenciales para que el negocio se mantenga en pie, ya que, sin ellos, este no existe. El cliente nunca debe esperar que lo atiendan, ya que el servicio debe ser rápido. En todo caso, el público se irá de tus manos y buscaría un negocio el cual le satisfaga sus necesidades y cumpla con sus expectativas. (Torres, 2018)

Se debe saber que la vida de las personas no es solo una, sino que tienen su vida: profesional y personal. Siendo así, cada uno debe estar separado del otro, para que no se mezcle ni genere discordancia. Ya que, si se viene de mal humor por problemas personales, la clientela lo percibirá y eso restará puntos para tu negocio. Los consumidores no deben recibir la mala actitud del vendedor, ya que se estaría presentando como mal vendedor, y por ende, mal negocio. El cliente debe sentirse bien mientras realiza sus compras. Por lo tanto, los trabajadores siempre tienen que pensar: It's show time. (Salas, 2019)

**Ser cortés:** Martínez (2016) manifiesta que cuando el cliente entra a una tienda, con mucha o poca gente en su interior, los anfitriones o encargados del negocio, deben presentar una bienvenida. Generará confianza y el cliente sabrá con quién consultar si es que tiene algún problema. Es esencial que quien lo reciba lo haga siempre con una sonrisa sincera y con respeto hacia la persona. Por otro lado, habrá menos robos, ya que el receptor de los clientes los reconocerá.

Tener un buen oído pertenece a brindar un buen servicio al cliente. Siempre se debe escuchar los comentarios, opiniones, consultas, entre otros, de los clientes. Así estarás listo para identificar sus gustos y expectativas, de modo que puedas sugerirle algunas opciones para que pueda comprar. Escucha sus palabras, su tono de voz, lenguaje corporal y especialmente, cómo se sienten. Deja a un lado las suposiciones. Ni por más que lo pienses, el instinto no te ayudará a reconocer lo que el cliente quiere. Escuchar de forma efectiva y prestar completa atención es muy esencial (Torres, 2018)

**Los clientes no se juzgan:** Todas las personas que ingresan a comprar un producto deben ser tratadas equitativamente. Por nada en el mundo se debe calificar al cliente, probablemente

estás perdiendo un buen negocio. El objetivo es que el cliente deba estar tranquilo, al menos si ha llegado a mirar o no decida comprar. (Salas, 2019)

Martínez (2016) manifiesta que los clientes no adquieren productos y utilizan servicios solo porque sí. Los clientes quieren solucionar sus problemas. Y es que muchas de las decisiones de los clientes son llevadas por el momento o emoción, más que por la lógica. Mientras más conozcas a tus clientes, mayor será la posibilidad de que sepas qué prefieren llevar. Si llevas una buena relación con el cliente, puedes reconocer rápidamente sus problemas y quizá sugerir cómo solucionarlos. Aunque no siempre puedas ver al comprador cara a cara y en ocasiones quizá ni puedas escucharlo, debes comprender algunos principios básicos de comportamiento y aprender la habilidad de leer su estado emocional.

**Cientes autónomos:** La comodidad de los consumidores es esencial, por esta razón, se recomienda darles un buen espacio en el que puedan realizar su compra. Una forma muy efectiva es que el vendedor o asistente se acerque y pregunte si necesitan de su ayuda, brindarla y luego esperar a que sea llamado para atender al cliente una vez más. No es correcto seguir al cliente o presionarlo a comprar algo, esto solo generará que se espante y vaya en busca de otra tienda. (Torres, 2018)

Esta es una de las claves para un buen servicio al cliente más importantes. Los clientes deben percibir que son lo más importante para ti. Debes saber que se dejan llevar más por la emoción que por lo racional. Por lo que deberías desarrollar la capacidad de la audición y la empatía. El cliente se sentirá incomodo si le dices qué debe escuchar, en lugar de eso debes prestarle atención al cliente y ayudarlo con su problema. Tus empleados también deben conocer esta habilidad empática. Esto te brindará buenos resultados. (Salas, 2019)

**El cliente tiene la palabra:** Martínez (2016) manifiesta que cuando el cliente necesite la ayuda de los empleados de la tienda, estos mismos deben acercarse para ayudar inmediatamente. No es lo más correcto presionar al cliente a comprar solo porque la compra es buena para el negocio. Debe esperar pacientemente a que el comprador termine de hablar para después el vendedor pueda exponer algunas ideas.

Un claro ejemplo de buen servicio al cliente es dar lo que el cliente exactamente quiere. De esa manera es que los clientes califican positivamente o negativamente cada negocio. El querer que tu empresa prospere se encuentra en que el cliente sea feliz con lo que ofreces. Debes pensar que debes ofrecer más que la competencia. Darles a los clientes productos exclusivos que no puedan conseguir en otra parte. (Torres, 2018)

**Adaptarse a cada cliente:** Es vital saber que las personas son distintas y cada persona tiene distintas actitudes. Es por eso que es necesario que los empleadores vayan al mismo ritmo, algunos más formales y otros más sencillos. Un vendedor debe conocer que la manera de cómo interactuar correctamente con cada persona. Tus empleados deben conocer esta habilidad, así el cliente estará agradecido contigo y con tu negocio. (Salas, 2019)

Martínez (2016) manifiesta que, a través de una cámara situada a nivel de suelo, podría proporcionar información necesaria para que los empleados conozcan al cliente.

### 2.2.2.3. *Cualidades del personal de atención al cliente*

Thompson (2016) define que algunas personas pueden dejar el lugar al que solían ir simplemente por un mal servicio. Es por ello que cada negocio debe enterarse de todo lo que ocurre y mostrar preocupación por sus clientes. Aún hay más técnicas para poder conseguir un buen servicio. Lo importante es que el público no abandone tu lugar porque la competencia ofrece mejor servicio, lo mejor que puedes hacer es asegurarte de que se queden. Por lo que, como encargado de un pequeño o grande negocio, cerciérate de seguir estos consejos.

**Ser educado y respetuoso:** Quizá ya conocías esta técnica, y es que es la más adecuada para poder mantener en pie a tus clientes en tu negocio. Todo cliente que entre a un negocio desea que se le trate con respeto. Recuerda que en todo modo será merecedor de respeto. Haberse cruzado con un usuario mal educado no es razón para romper la regla de ser educado y respetuoso. Aunque nadie tiene derecho a faltar al respeto a un agente de atención al cliente, el que un usuario lo haga no supone dar vía libre para perderselo e iniciar una discusión. (González, 2016)

Si vas a innovar en tu negocio, esta habilidad te será útil. Mantente cercanos a ellos, trata de que ellos participen en eventos que realices. Estos eventos pueden ser encuestas o presentaciones de personas que valen la pena ver en tu tienda. Esta estrategia marcará muy bien a tu negocio. (Haya, 2018)

**Tener una gran capacidad de autocontrol:** Thompson (2016) define que clientes irascibles, que no dejan hablar, que se descontrolan. Quizá es difícil pero el empleado debe mantener el autocontrol y no dar mala imagen al negocio. Si eres una persona con carácter

tranquila, probablemente seas buena para esto. Pero si no lo eres o si no te resulta suficiente, pues es una cualidad que puedes adquirirla.

Una de las cualidades más características de personas que brindan buen servicio es la calma. Ojo, no significa que el negocio debe ser lento, sino que debes tener paciencia al momento de presentarse alguna situación complicada. Si tratas con clientes diariamente, debes ser paciente con clientes enfurecidos, trata de entenderlos, la charla es la solución, ellos preferirán obtener un servicio competente que uno a la carrera. Una buena persona brinda buenos servicios. (González, 2016)

**Ser positivo:** Esta cualidad no trata de ser el más chistosa ni de minusvalorar los problemas del cliente. Cuando nos referimos a alguien positivo, nos referimos a una persona que transmite buenas vibras a la gente, y que estas últimas lo perciban. (Haya, 2018)

Thompson (2016) define que la actitud positiva lo es todo en el servicio al cliente. Los empleados tienen trabajos duros y una buena actitud facilita el trabajo. Puedes brindarles confianza a tus empleados. Cuando se sientan motivados, estos lo transmitirán a sus clientes.

**Saber escuchar y ser un buen comunicador:** Cuando se trata a otras personas se debe ser un buen oidor. La habilidad de entender y comprender a las demás personas será esencial. Igual que otras cualidades, puedes entrenar el oído. (González, 2016)

La mayoría de los clientes que llaman a tu compañía tienen algo importante para decir. Es por eso que es importante que los agentes sepan escuchar. Cuando un cliente se encuentra incómodo o inconforme lo mejor es que se entregue la oportunidad de que el cliente se exprese. (Haya, 2018)

**Ser empático:** Thompson (2016) define que es una cualidad básica y que resulta útil en varias vertientes. El que posea esta cualidad no solo ayudará a los clientes, sino que también gozará de su trabajo. Esta cualidad permite estar en el lugar del otro y buscar soluciones a su problema. El trabajo de atención al cliente será fácil si llevas esta cualidad contigo. Para ti y para los clientes.

Los empleados que congenian bien con los clientes son empáticos. Si el cliente se siente entendido, sabrás que lo estás haciendo bien. Cuando el cliente ha tenido una mala experiencia, el empleado debe ayudar a encontrar la solución. Esa conexión amical, es lo que el cliente necesita. (González, 2016)

**Ser ágil:** Para atender al cliente se necesita de una gran agilidad, y eso algunos no lo tienen en cuenta. Lo bueno es que la agilidad también se entrena, por lo que es tu turno de practicar tu agilidad. (Haya, 2018)

Thompson (2016) define mientras haya una conversación, el empleado debe manejar datos, hablar con sus compañeros y mantener una buena comunicación con su entorno. Muchas veces el agente tendrá que atender a varios clientes a la vez. Es por eso que el empleado debe reaccionar correctamente a todas las acciones y ser ágil. Si el cliente se siente rechazado, el empleado debe informarle sobre la situación para que pueda entender y no huya del negocio.

**Saber trabajar en equipo:** al igual que en cualquier profesión, trabajar en equipo es esencial. Si se nos presenta una gran cantidad de clientes, es mejor trabajar en equipo que individualmente. (González, 2016)

El objetivo es que, después de realizar el servicio, el cliente sepa que se esforzaron por brindar calidad. Que se encuentre satisfecho de que se esforzaron por darle el producto. Debes confirmar que tus clientes serán atendidos totalmente. (Haya, 2018)

**Ser diligente y resolutivo:** Thompson (2016) define por lo general si un cliente necesita de servicio al usuario, pues es porque tiene un problema y espera solucionarlo. De nada servirá que el agente sea amable y empático si al final no brindará ninguna opción de solución. La diligencia y la resolución son cualidades que en todo trabajo se necesita, pero si es para el servicio al cliente, el valor de estas cualidades se redobra.

Los agentes con experiencia saben cómo manejar estos problemas. Quizá el cliente a veces quiera hablar con el supervisor. En este caso, los agentes deben saber improvisar y así encontrar la mejor solución para cada situación la solución que verdaderamente cumpla con las necesidades del cliente. Puede ser que, para poder solucionar, el agente transfiera a otro canal al cliente para poder solucionar el problema. Siempre hay que cerciorarse de que el cliente pueda terminar con el problema resuelto. (González, 2016)

**Conocer bien el servicio y la empresa:** Es otra cuestión esencial. La persona que no se informe sobre su centro de labores o de la misma empresa, no podrá ser un buen agente. Por lo general, estos datos los brinda la misma empresa para que su servicio al cliente se encuentre informado de la empresa. Lo que aprendas en ellas puede serte de gran ayuda. (Haya, 2018)

Thompson (2016) define que los agentes muestran mejores resultados al estar más informados sobre su trabajo. Primero, deben conocer qué clase de productos ofrece la compañía para la cual trabajan. También, debe saber manejar la tecnología que se encuentra en la

organización. Cerciórate de que los empleados sepan datos tales como las bases de dato CRM, y las soluciones de software y así puedan cumplir con su trabajo.

**Manejar bien las herramientas tecnológicas de trabajo:** Será mejor para poder conseguir mejores resultados. Hoy en día, el servicio al cliente está llevado por la tecnología. Un excelente agente podrá manejar correctamente estas opciones tecnológicas. Por suerte, existen herramientas tecnológicas que pueden ayudar en la atención al usuario y resultan intuitivas y fáciles de utilizar. (González, 2016)

Siempre es necesario proporcionar información a los agentes sobre las nuevas tecnologías en el centro laboral, en general, todo lo que ocurre. Si se nota una buena actitud al ver que quieren seguir aprendiendo, estarán con buena actitud al atender. El estar capacitados los hace estar más seguros de su actuar y contentos con su labor de atención al cliente. (Haya, 2018)

### **III. Hipótesis**

No todas las investigaciones descriptivas requieren de hipótesis, y es frecuente que solo se formulen preguntas de investigación que en la tesis se debe responder de forma obligatoria en el apartado de conclusiones. Las hipótesis descriptivas, como su nombre lo dicen, son proposiciones que describen de manera tentativa el objeto de estudio. (Fresno, 2019)

## **IV. Metodología de la investigación**

### **4.1. *Diseño de la investigación***

El nivel de investigación fue descriptivo; porque se detallaron las características de los hechos evaluados en relación a las variables estudiadas (gestión de calidad y atención al cliente) en el contexto de las unidades de análisis. Según (Baena, 2017) los estudios descriptivos, refieren las características bajo la perspectiva del grupo de personas que se desempeñan en el mismo concepto, describiendo sus perfiles o la ocurrencia empresarial en relación a las variables estudiadas.

El tipo de investigación fue cuantitativo, ya que mediante el uso de herramientas estadísticas se obtuvo la información de forma científica, empleando la representación de frecuencias y porcentajes; permitiendo evaluar y analizar los resultados de las variables; y generalizarlos según la realidad problemática evidenciado de forma objetiva. Según (Baena, 2017) señalan que los estudios cuantitativos, estandarizan procedimientos para que a través de la estadística se puedan representar los resultados de manera científica.

El diseño fue no experimental, porque el investigador se limita a observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos, (Arias, 2016) indica que “la investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables. Se hacen inferencias sobre las relaciones entre las variables, sin intervención directa, de la variación concomitante de las variables independiente y dependiente”. También será de corte transversal porque en este tipo de investigación se

recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Arias, 2016)



Dónde:

M = Muestra conformada por el personal administrativo y los clientes encuestados.

O = Observación de las variables: Gestión de Calidad y Atención al Cliente.

#### 4.2. Población y muestra

##### **POBLACIÓN:**

**P1:** Para la variable gestión de calidad exclusivamente a los trabajadores y gerente, estuvo representada por 01 MYPE conformada por 15 trabajadores de la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. más el gerente en total 16 personas el cual fue una población finita por tanto no necesita de formula.

**P2:** En el caso de la variable atención al cliente se requiso de la apreciación de los clientes siendo el rubro amplio e indefinido, se aplicó una población infinita y se necesitó una formula.

##### **MUESTRA:**

**M1:** Respecto a la variable gestión de calidad según lo dicho por la muestra fue 16 considerando solo al Administradores o quien pueda hacer sus veces y los trabajadores. Según

(Astí, 2015) manifiestan que, para poblaciones menores de 50 individuos, se consideró que la muestra fue igual a la población. Por lo tanto, la muestra fue de 16 trabajadores.

**M2:** Considerando la variable atención al cliente se requiso de la apreciación de los clientes siendo el rubro amplio e indefinido, se aplicó una población infinita y se necesitó una formula. Según (Astí, 2015) para determinar la cantidad de personas a encuestar se aplica la

$$\text{fórmula: } n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dónde: P = probabilidades de concurrencia: (0.50)

q= probabilidades de no concurrencia: (0.50)

e= Que equivale al 10% del margen de error

Z= Que equivale al 90% al grado de confianza (valor estadístico 1.645)

n= Factor valor por determinar

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.645^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.10^2}$$

$$n = \frac{2.706025 \times 0.50 \times 0.50}{0.01}$$

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

$$n = 67.650625$$

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

## Cuadro 1

## Cuadro de MYPES en investigación

RUC:	20601050901 - DAMARIS ACCESORIOS E.I.R.L.
Tipo Contribuyente:	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
Nombre Comercial:	-
Fecha de Inscripción:	01/03/2016
Estado:	ACTIVO
Condición:	HABIDO
Domicilio Fiscal:	CAL. UGARTE NRO. 696 (ESQ. UGARTE CON ENRIQUE PALACIOS) PIURA - SULLANA - SULLANA
Actividad(es) Económica(s):	Principal - CIIU 52391 - OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR. Secundaria 1 - CIIU 51395 - VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica:	FACTURA PORTAL DESDE 05/08/2019 BOLETA PORTAL DESDE 03/01/2018
Afiliado al PLE desde:	-
Padrones:	NINGUNO

*Fuente: SUNAT*

### 4.3. Definición y operacionalización de las variables

*Matriz 1: Matriz de operacionalización de variables*

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	Fuente	Nivel
Gestión de Calidad	Gullo & Nardulli (2018) define la gestión de calidad, también como sistema de gestión de la calidad, son aquel conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma.	Principios de la gestión de calidad	Enfoque al cliente	¿La empresa ha creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades?	Personal Administrativo	Nominal
			Liderazgo	¿El propietario crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos de la empresa?		
			Implicación de todo el personal	¿La gestión de calidad le permite el buen desenvolvimiento del personal?		
			Enfoque de proceso	¿La empresa busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos?		
			Enfoque de sistema a la gestión	¿La empresa ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio?		
			Mejora continua	¿El propietario implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa?		
			Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones	¿El propietario toma decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto plazo?		
			Relación de mutuo beneficio con proveedores	¿La empresa ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad?		

		Beneficios de la gestión de calidad	Potenciar la imagen	¿La gestión de calidad le permite mejorar la imagen y marca de la empresa?		
			Mejorar la calidad de los productos y servicios	¿La gestión de calidad le permite ofrecer productos de excelente calidad?		
			Mejora del sistema de trabajo	¿El personal se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente?		
			Incrementar la satisfacción de los clientes	¿Los costos que brindan la empresa son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes?		
			Incrementar la satisfacción y motivación del personal	¿La empresa se preocupan que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo para que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes?		
			Intercambio de conocimientos how know	¿La empresa cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente?		
			Simplificar la interacción y comunicación	¿En la empresa existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la empresa?		

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	Fuente	Nivel
Atención al Cliente	Arenal (2019) indica que “el servicio al cliente es clave para el desarrollo de cualquier negocio. Tener en cuenta qué es el servicio al cliente, su concepto y cómo mejorarlo no solo hará que tu negocio mejore, sino que mejorará la relación con tus clientes, lo cual generará un efecto positivo en toda la estructura de la empresa.	Claves esenciales de atención al cliente	Satisfacción del cliente	¿Usted está satisfecho con el amplio y moderna infraestructura de la empresa?	Clientes de la MYPE en estudio	Nominal
			Ser cortés	¿El personal le recibe con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa?		
			Los clientes no se juzgan	¿El personal le brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos?		
			Cientes autónomos	¿Usted confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa?		
			El cliente tiene la palabra	¿El personal le da la razón ya que su atención está basada en la calidad?		
			Adaptarse a cada cliente	¿El personal tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios?		
		Cualidades del personal de atención al cliente	Ser educado y respetuoso	¿El personal de atención al cliente brinda un trato amable y respetuoso?		
			Tener una gran capacidad de autocontrol	¿El personal muestra capacidad de autocontrol ante una queja o problema con algún producto?		
			Ser positivo	¿La empresa muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda?		
			Saber escuchar y ser un buen comunicador	¿Considera que existe una comunicación fluida con el personal al momento de solicitar un producto en especial?		

		Ser empático	¿El personal de caja muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto?		
		Ser ágil	¿Considera que el personal es ágil y eficiente en sus actividades diarias?		
		Saber trabajar en equipo	¿Puede visualizar que el personal trabaja en equipo con sus compañeros?		
		Ser diligente y resolutivo	¿El personal ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto?		
		Conocer bien el servicio y la empresa	¿El personal muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen?		
		Manejar bien las herramientas tecnológicas	¿La cajera tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito?		

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

En la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta para conocer las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019, se realizaron 15 preguntas de la variable gestión de calidad y 16 para la variable atención al cliente.

La encuesta puede definirse como una técnica de captura de la información estructurada, lo que puede incluir en la información recogida y no debe utilizarse más que en determinadas situaciones en las que la información que se quiere capturar está estructurada en la población objeto de estudio, su utilización parte necesariamente de un proyecto de estudio de investigación que ya tiene definidos sus objetivos, hipótesis, metodología y tiempo. (Fresno, 2019)

El instrumento utilizado fue el cuestionario que se obtuvo a partir de la operacionalización de las variables, utilizando un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de obtener una respuesta, las encuestas fueron aplicados a 16 colaboradores y 68 clientes.

Un cuestionario es un instrumento que se utiliza para recoger datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que llevan a cabo metodologías de encuestas, es una herramienta que permite plantear un conjunto de preguntas para recoger información estructurada sobre una muestra de personas. (Lonardi & Oliva, 2017)

#### **4.5. Plan de análisis**

Una vez aplicado el instrumento se procedió a la presentación de los resultados a través de un análisis de los datos. Tal como lo expresa (Gil, 2015) “consiste efectivamente en resumir las observaciones hechas” (p. 355). La información numérica que se recogió se transformó en gráficos de barras para realizar una interpretación pertinente de cada uno de los ítems recogidos en el cuestionario.

Una vez analizados los datos se obtuvieron los resultados y se procedió a elaborar las conclusiones y recomendaciones pertinentes al diagnóstico que originaron el diseño de la propuesta de mejora respecto a las variables en la investigación y el cual ayudaron al propietario de la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. Finalmente, en cuanto al análisis de los datos, (Carbonero, 2016) recomiendan la toma de decisiones respecto a los análisis a realizar (pruebas estadísticas), elaboración del programa de análisis, ejecución del software en computadora y obtención de los análisis. Para el cual se acudió a un experto en estadística utilizando el IBM SPSS Statistics Base 22.0, quien dio fe a que el trabajo de investigación se lleve a cabo.

#### **4.6. Matriz de Consistencia**

*Matriz 2: Matriz de consistencia*

Título	Enunciado del Problema	Objetivo General	Objetivos Específicos	Variables	Metodología
Gestión de calidad y atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019	¿Cuáles son sus principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019?	Determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019	a) Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019	Gestión de Calidad	<b>Nivel de investigación:</b> Descriptiva <b>Tipo de investigación:</b> Cuantitativa <b>Diseño:</b> No experimental, corte transversal
			b) Conocer los beneficios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019		<b>Unidades Económicas de la investigación:</b> 01 MYPE
			c) Describir las claves esenciales de la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019	Atención al Cliente	<b>Población:</b> Finita para gestión de calidad e Infinita para atención al cliente. <b>Muestra:</b> 16 y 68 Personas
			d) Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019		<b>Técnica:</b> Encuesta <b>Instrumento:</b> Cuestionario

#### 4.7. Principios éticos

Los principios éticos es de vital importancia porque permitió tener en cuenta criterios fundamentales que sirven de guía para una preparación concienzuda de protocolos de investigación científica y la ejecución coherente con ellos hasta el final de una investigación, según el Código de Ética para la Investigación (versión 002) de la (ULADECH, 2019) indica que los principios éticos que se tuvieron en cuenta en la presente investigación fueron:

**Protección a las personas.** - Se respetó a las personas, y no se obligó a llenar las encuestas si es que no están de acuerdo, solamente se incluyó a las personas que estuvieron dispuestos a brindar información, además no se divulgo su identidad.

**Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.** - Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños, por lo tanto, se utilizaran hojas de papel boom reciclado.

**Libre participación y derecho a estar informado.** - En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; se solicitará permiso al propietario de la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L., para realizar la presente investigación, con la finalidad que brinden la información adecuada y poder tener conclusiones específicas de acuerdo a las variables en investigación.

**Beneficencia y no maleficencia.** - En la presente investigación no se obligó, ni maltrató en forma verbal al propietario y colaboradores de las empresas en investigación, se trató de la mejor manera y con palabras adecuadas.

**Justicia.** – Al propietario, colaboradores y clientes se les trató con equidad y justicia, no se realizaron comentarios maliciosos o fuera de lugar, para no causar inconvenientes, además en la investigación no se manipuló ni se cambió los datos adquiridos durante la encuesta.

**Integridad científica.** - Se respetaron los derechos de autor, colocando las citas bibliográficas de acuerdo con las Normas APA.

## V. Resultados

### 5.1. Resultados

#### **VARIABLE: Gestión de Calidad de Servicio**

**Primer objetivo específico:** Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

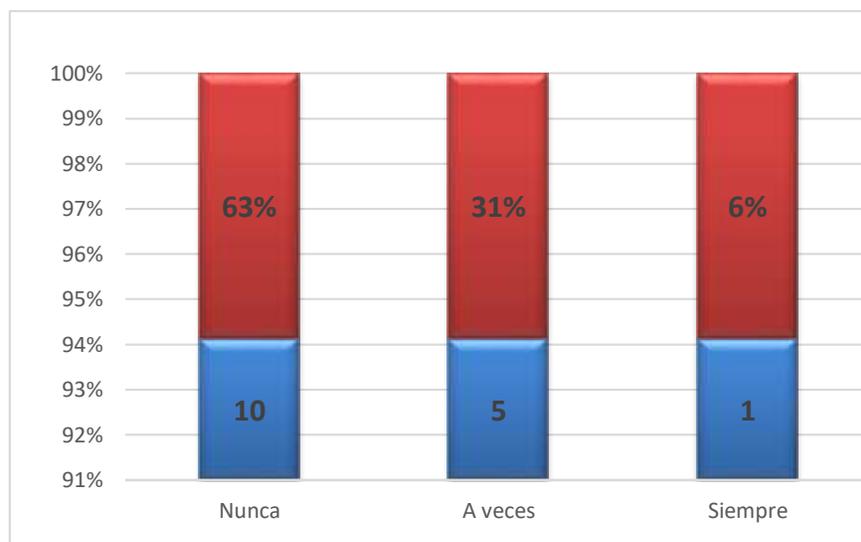
**Tabla 1.**

*Enfoque al cliente*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	10	63%
A veces	5	31%
Siempre	1	6%
<i>Total</i>	16	100%

**Figura 1.**

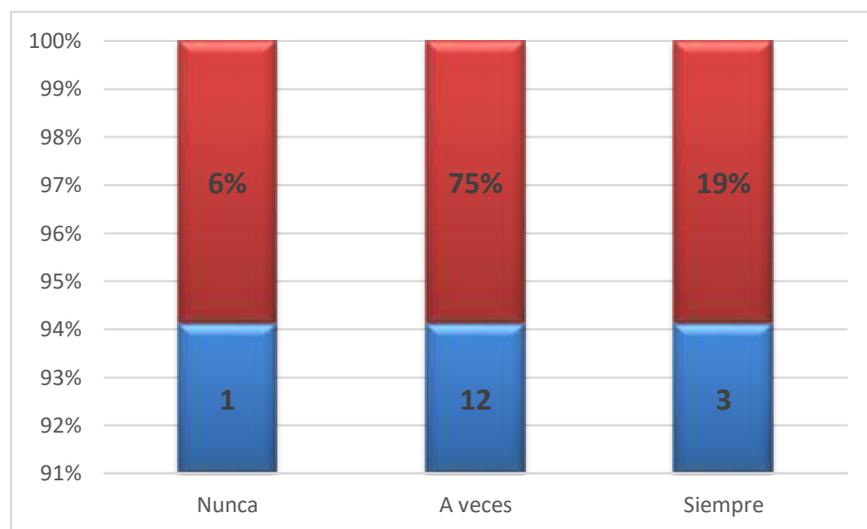
*Gráfico de barra enfoque al cliente*



**Interpretación:** En consecuencia, la tabla y figura 1 y de acuerdo a la pregunta 1 ¿la empresa ha creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades?, se observa que del total de colaboradores encuestados, el 63% consideró que la empresa nunca ha creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades, mientras que el 31% indica que la empresa a veces ha creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades, el 6% indica que la empresa siempre ha creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades.

**Tabla 2.***Liderazgo*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	1	6%
A veces	12	75%
Siempre	3	19%
<b>Total</b>	16	100%

**Figura 2.***Gráfico de barra liderazgo*

**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 2 de acuerdo a la pregunta 2 ¿el propietario crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos de la empresa? del total de colaboradores encuestados, el 75% consideró que el propietario a veces crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos de la empresa, mientras que el 19% indica que el propietario siempre crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos de la empresa, el 6% indica que el propietario nunca crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos de la empresa.

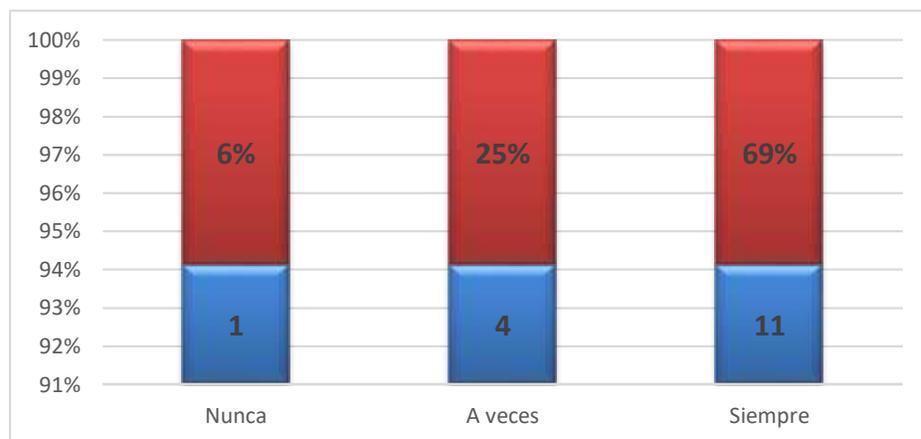
**Tabla 3.**

*Implicación de todo el personal*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	1	6%
A veces	4	25%
Siempre	11	69%
<b>Total</b>	16	100%

**Figura 3.**

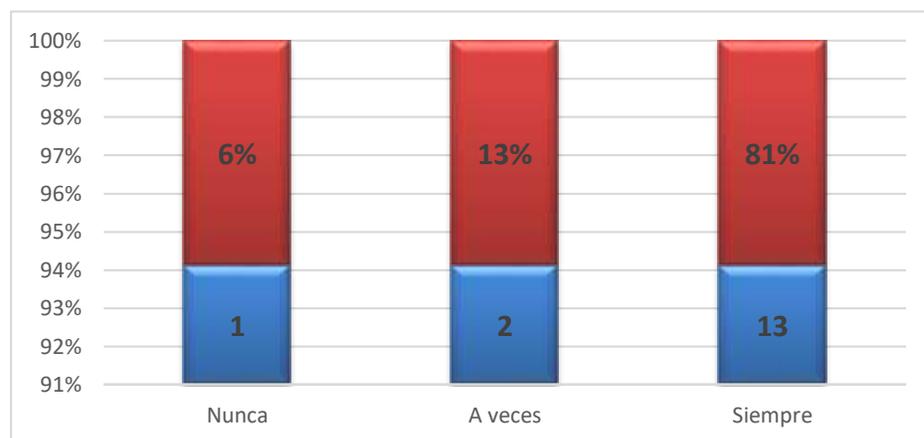
*Gráfico de barra Implicación de todo el personal*



**Interpretación:** En consecuencia, la tabla y figura 3 respecto a la pregunta 3 ¿La gestión de calidad le permite el buen desenvolvimiento del personal? del total de colaboradores encuestados, el 6% consideró que la gestión de calidad siempre le permite el buen desenvolvimiento del personal, mientras que el 25% indica que la gestión de calidad a veces le permite el buen desenvolvimiento del personal, el 6% menciona que la gestión de calidad nunca le permite el buen desenvolvimiento del personal.

**Tabla 4.***Enfoque de proceso*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	1	6%
A veces	2	13%
Siempre	13	81%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Figura 4.***Gráfico de barra Enfoque de proceso*

**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 4, respecto a la pregunta 4 ¿La empresa busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos? del total de colaboradores encuestados, que el 81% consideró que la empresa siempre busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos, mientras que el 13% indica que la empresa a veces busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos, el 6% indica que la empresa nunca busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos.

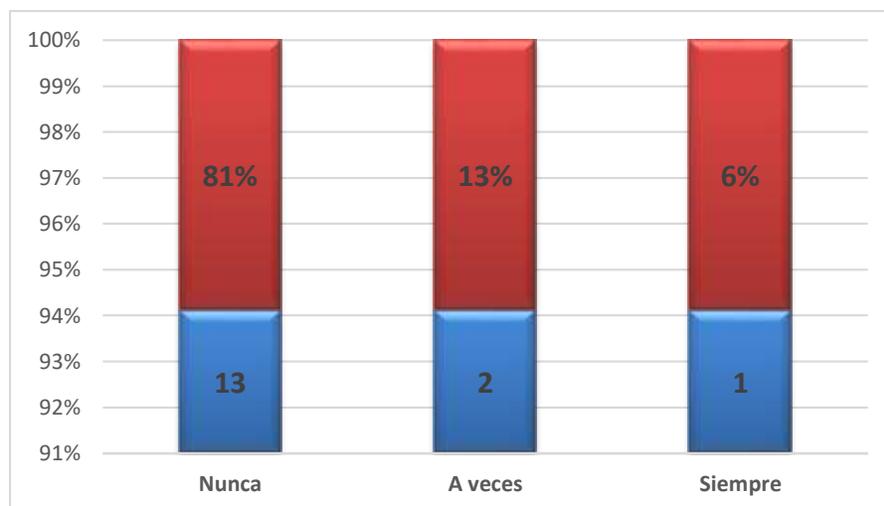
**Tabla 5.**

*Enfoque de sistema a la gestión*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	13	81%
A veces	2	13%
Siempre	1	6%
<b>Total</b>	16	100%

**Figura 5.**

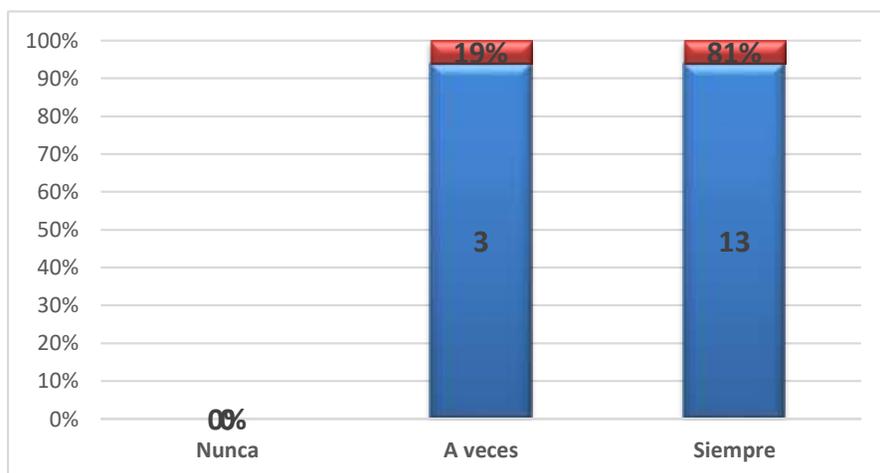
*Gráfico de barra Enfoque de sistema a la gestión*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 5 respecto a la pregunta 5 ¿La empresa ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio? del total de colaboradores encuestados, el 81% consideró que la empresa nunca ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio, mientras que el 13% afirma que la empresa a veces ha diseñado un sistema de gestión de calidad, el 6% manifiesta que la empresa siempre ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio.

**Tabla 6.***Mejora continua*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0%
A veces	3	19%
Siempre	13	81%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Figura 6.***Gráfico de barra Mejora continua*

**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 6 de acuerdo a la pregunta 6 ¿El propietario implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa? del total de colaboradores encuestados, el 81% consideró que el propietario siempre implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa, mientras que el 19% afirma que el propietario a veces implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa.

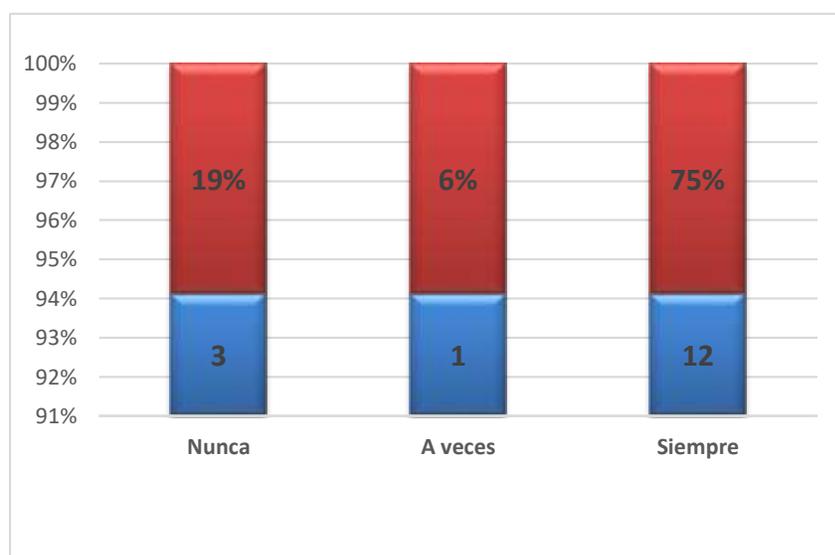
**Tabla 7.**

*Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	3	19%
A veces	1	6%
Siempre	12	75%
<b>Total</b>	16	100%

**Figura 7.**

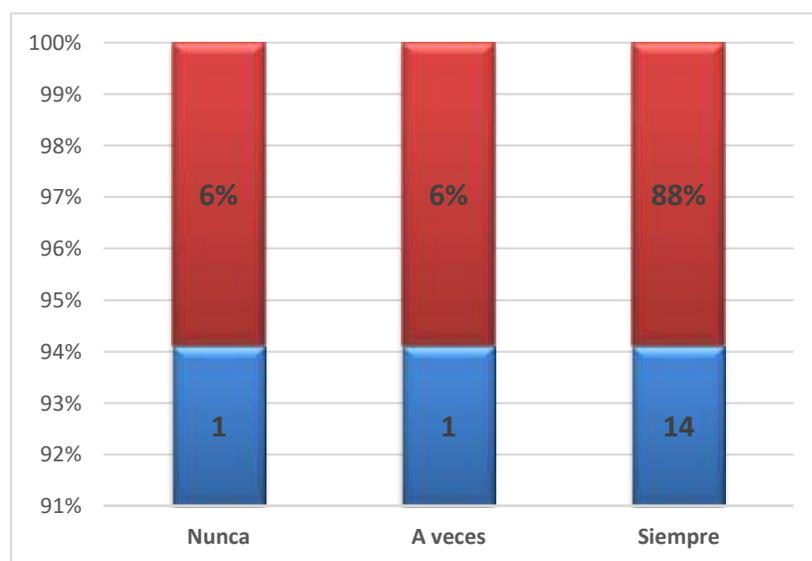
*Gráfico de barra Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 7 de acuerdo a la pregunta 7 ¿El propietario toma decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto plazo? del total de colaboradores encuestados, el 75% consideró que el propietario siempre toma decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto plazo, mientras que el 19% indica que el propietario nunca toma decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto plazo, el 6% indica que el propietario a veces toma decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto plazo.

**Tabla 8.***Relación de mutuo beneficio con proveedores*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	1	6%
A veces	1	6%
Siempre	14	88%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Figura 8.***Gráfico de barra Relación de mutuo beneficio con proveedores*

**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 8 y de acuerdo a la pregunta 8 ¿La empresa ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad? el total de colaboradores encuestados, el 88% consideró que la empresa siempre ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad, mientras que el 6% afirma que la empresa a veces ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad, y el 6% afirma que la empresa nunca ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad.

**Segundo objetivo específico:** Conocer los beneficios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

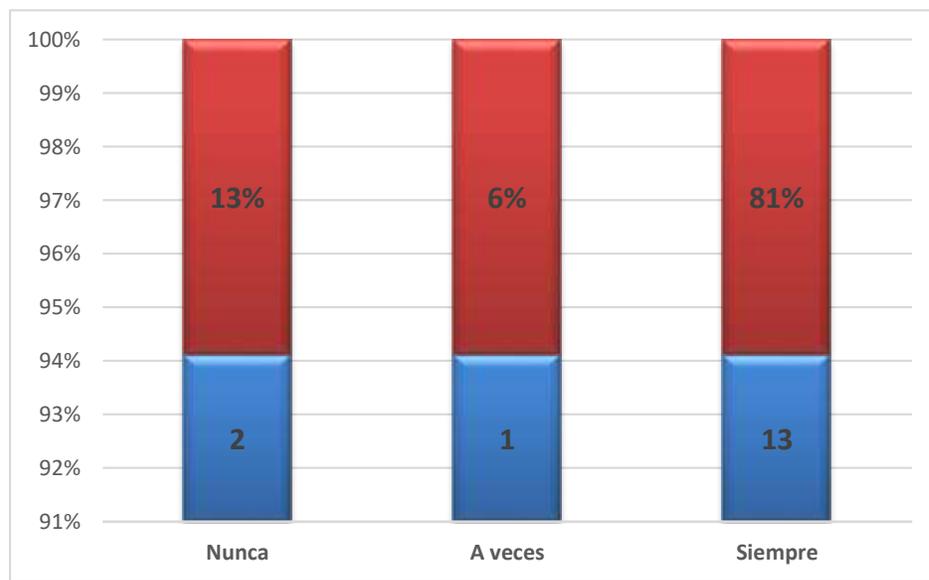
**Tabla 9.**

*Potenciar la imagen*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	2	13%
A veces	1	6%
Siempre	13	81%
<b>Total</b>	16	100%

**Figura 9.**

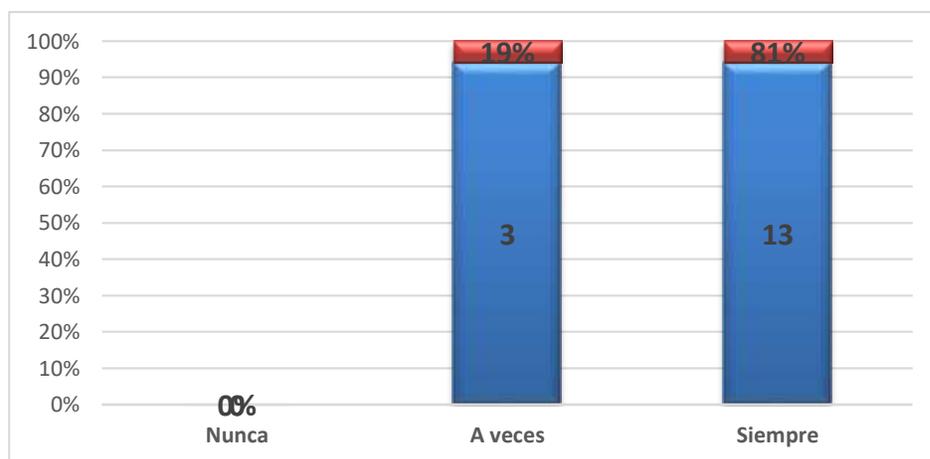
*Gráfico de barra Potenciar la imagen*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 9 de acuerdo a la pregunta 9 ¿La gestión de calidad le permite mejorar la imagen y marca de la empresa? del total de colaboradores encuestados, el 81% consideró que la gestión de calidad siempre le permite mejorar la imagen y marca de la empresa, mientras que el 13% considera que la gestión de calidad nunca le permite mejorar la imagen y marca de la empresa, el 6% considera que la gestión de calidad a veces le permite mejorar la imagen y marca de la empresa.

**Tabla 10.***Mejorar la calidad de los productos*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0%
A veces	3	19%
Siempre	13	81%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Figura 10.***Gráfico de barra Mejorar la calidad de los productos*

**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 10 de acuerdo a la pregunta 10 ¿La gestión de calidad le permite ofrecer productos de excelente calidad? del total de colaboradores encuestados, el 81% consideró que la gestión de calidad siempre le permite ofrecer productos de excelente calidad, mientras que el 19% indica que la gestión de calidad a veces le permite ofrecer productos de excelente calidad.

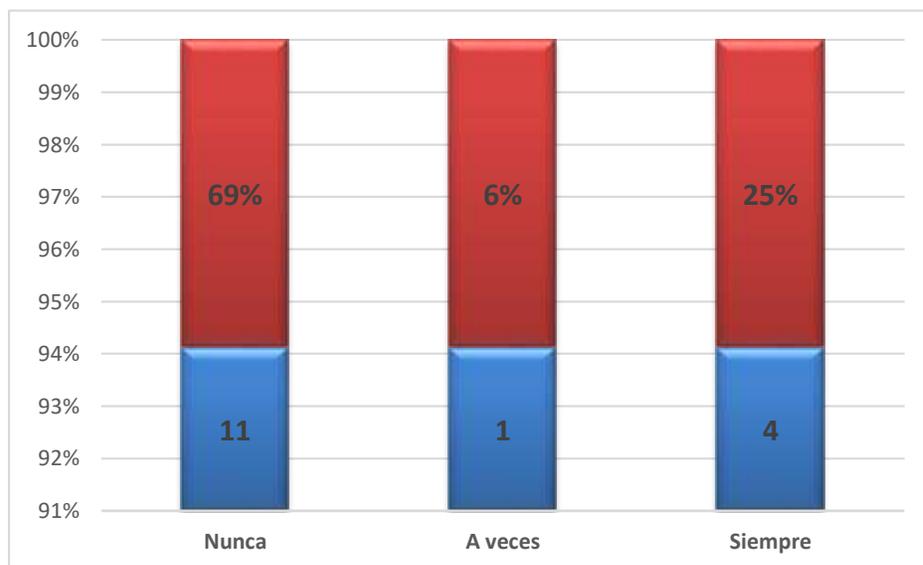
**Tabla 11.**

*Mejora el sistema de trabajo*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	11	69%
A veces	1	6%
Siempre	4	25%
<b>Total</b>	16	100%

**Figura 11.**

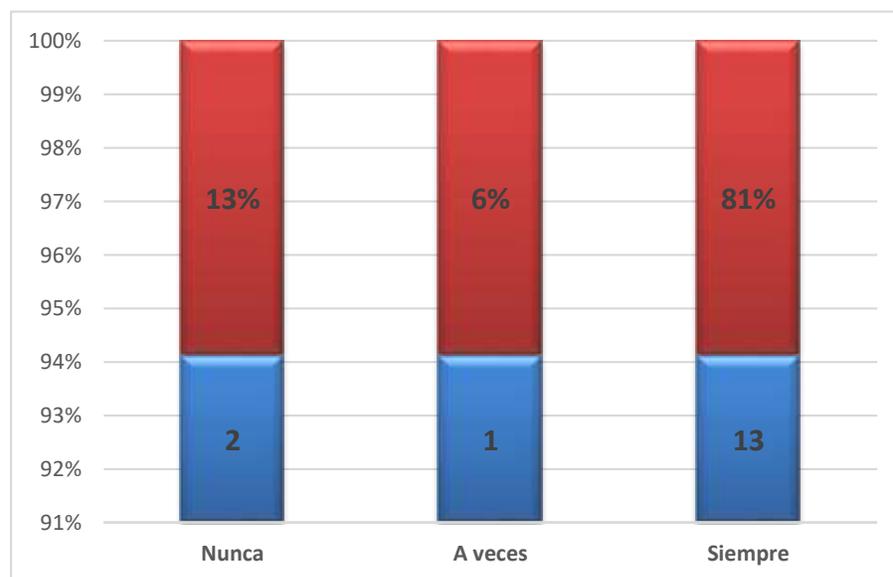
*Gráfico de barra Mejora el sistema de trabajo*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 11 y de acuerdo a su pregunta 11 ¿El personal se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente? del total de colaboradores encuestados, el 69% consideró que el personal nunca se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente, mientras que el 25% indica que el personal siempre se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente, 6% indica que el personal a veces se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente.

**Tabla 12.***Incrementar la satisfacción de los clientes*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	2	13%
A veces	1	6%
Siempre	13	81%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Figura 12.***Gráfico de barra Incrementar la satisfacción de los clientes*

**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 12 y de acuerdo a su pregunta 12 ¿Los costos que brindan la empresa son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes? del total de colaboradores encuestados, el 81% consideró que los costos que brindan la empresa siempre son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes, mientras que el 13% indica que los costos que brindan la empresa nunca son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes, 6% indica que los costos que brindan la empresa a veces son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes.

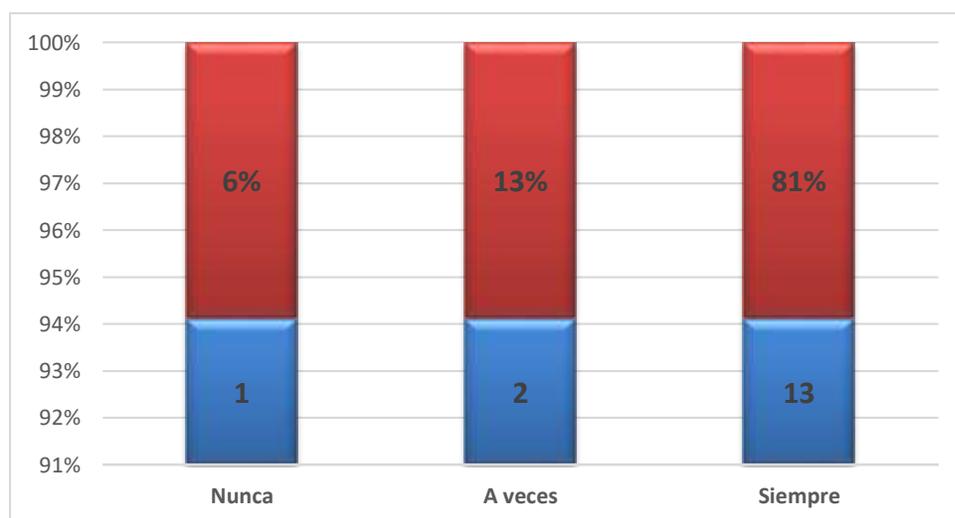
**Tabla 13.**

*Incrementar la satisfacción y motivación del personal*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	1	6%
A veces	2	13%
Siempre	13	81%
<b>Total</b>	16	100%

**Figura 13.**

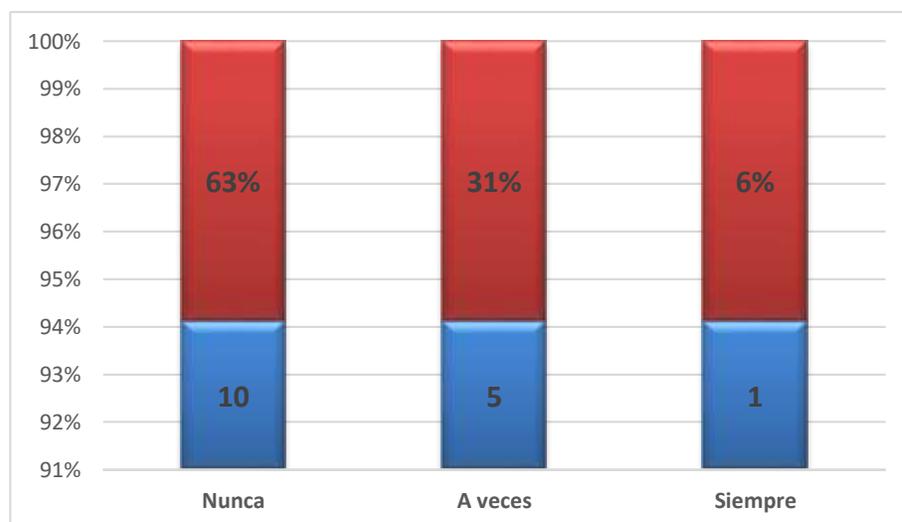
*Gráfico de barra Incrementar la satisfacción y motivación del personal*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 13 y de acuerdo a su pregunta 13 ¿La empresa se preocupan que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo para que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes? del total de colaboradores encuestados, el 69% consideró que la empresa siempre se preocupan que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo para que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes, mientras que el 18% indica que la empresa a veces se preocupan que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo para que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes, el 13% afirma que la empresa nunca se preocupan que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo.

**Tabla 14.***Intercambio de conocimientos how know*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	10	63%
A veces	5	31%
Siempre	1	6%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Figura 14.***Gráfico de barra Intercambio de conocimientos how know*

**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 14 y de acuerdo a su pregunta 14 ¿La empresa cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente? del total de los colaboradores encuestados, el 63% consideró que la empresa nunca cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente, mientras que el 31% considera que la empresa a veces cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente, el 6% indica que la empresa siempre cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente.

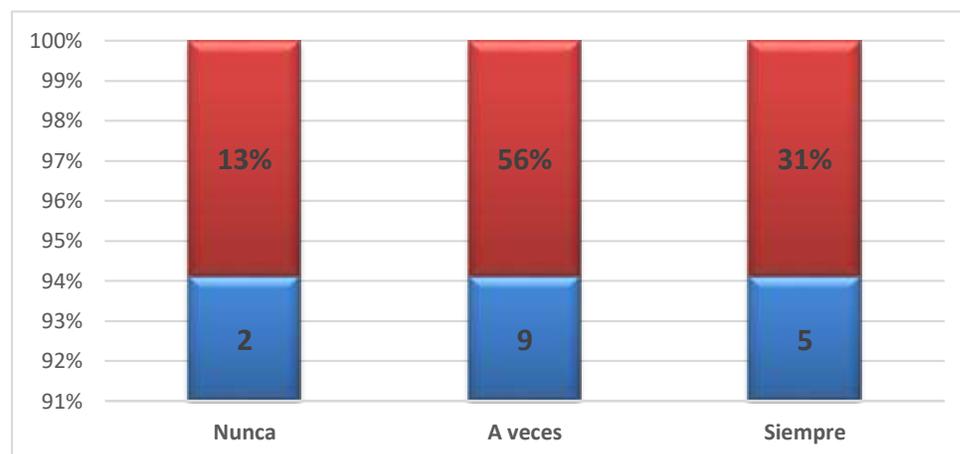
**Tabla 15.**

*Simplificar la interacción y comunicación*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	2	13%
A veces	9	56%
Siempre	5	31%
<b>Total</b>	16	100%

**Figura 15.**

*Gráfico de barra Simplificar la interacción y comunicación*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 15 y de acuerdo a la pregunta 15 ¿En la empresa existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la empresa? del total de los colaboradores encuestados, el 56% consideró que en la empresa a veces existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la empresa, mientras que el 31% indica que en la empresa siempre existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la empresa, y el 13% indica que en la empresa nunca existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la empresa.

**Variable: Atención al Cliente**

**Tercer objetivo específico:** Describir las claves esenciales de la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

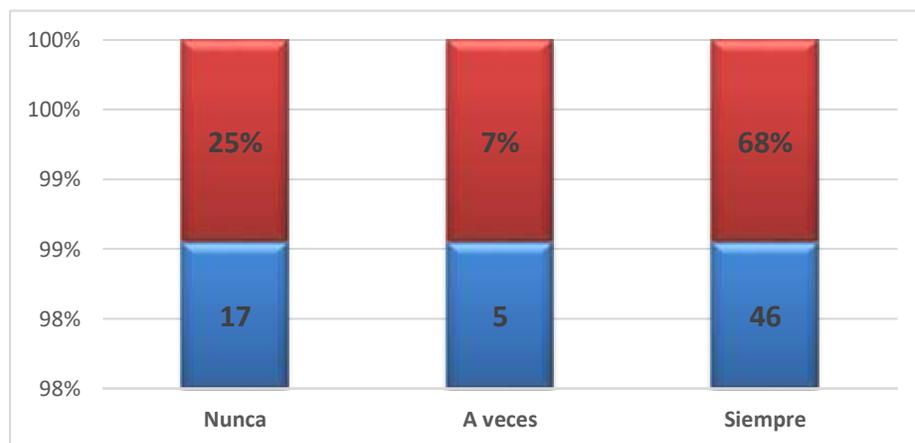
**Tabla 16.**

*Satisfacción del cliente*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	17	25%
A veces	5	7%
Siempre	46	68%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Figura 16.**

*Gráfico de barra Satisfacción del cliente*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 16 y de acuerdo a la pregunta 16 ¿Usted está satisfecho con el amplio y moderna infraestructura de la empresa? del total de los clientes encuestados, el 68% consideró que siempre está satisfecho con el amplio y moderna infraestructura de la empresa, mientras que el 25% indica que nunca está satisfecho, y el 17% indica que a veces está satisfecho con el amplio y moderna infraestructura de la empresa.

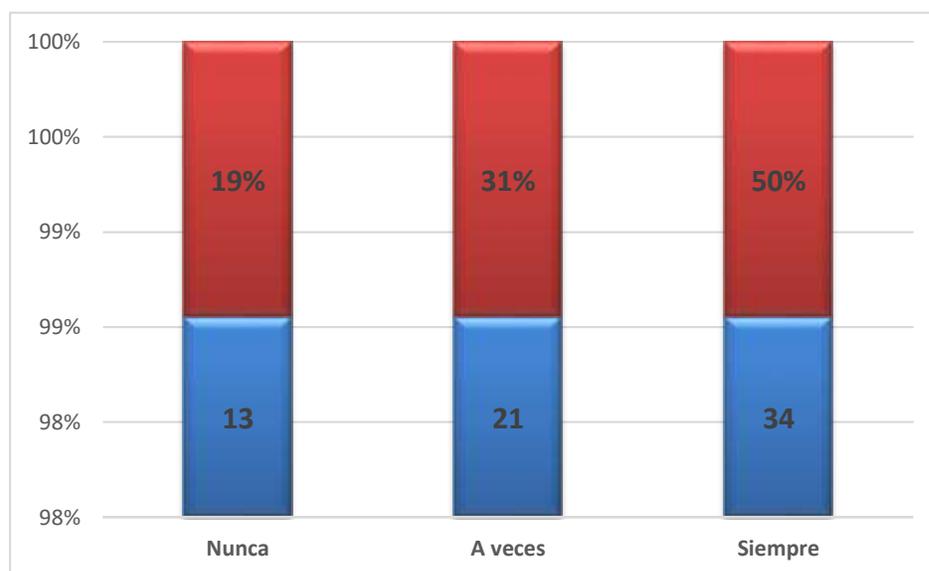
**Tabla 17.**

*Ser cortés*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	13	19%
A veces	21	31%
Siempre	34	50%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Figura 17.**

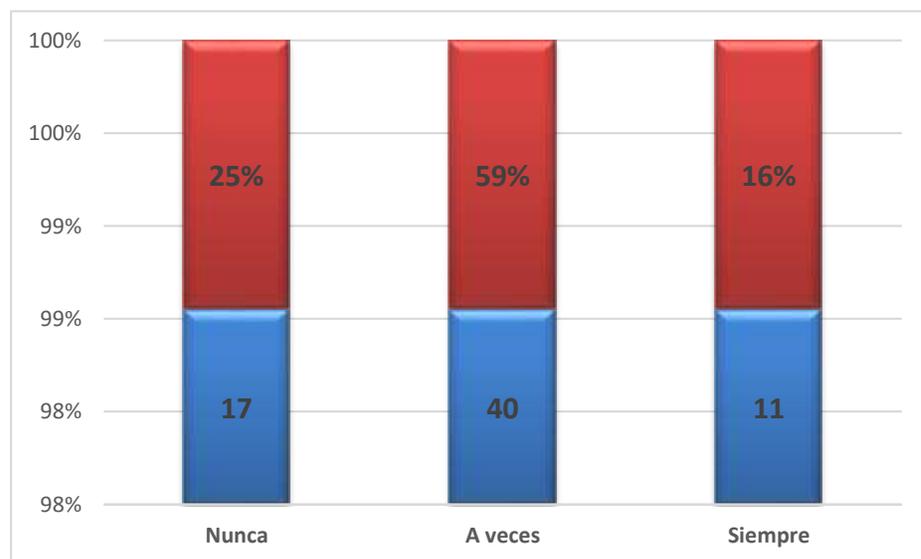
*Gráfico de barra Ser cortés*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 17 y de acuerdo a la pregunta 17 ¿El personal le recibe con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa? del total de los clientes encuestados, el 51% consideró que el personal le recibe siempre con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa, mientras que el 31% indica que el personal le recibe a veces con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa, además el 19% indica que el personal le recibe nunca con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa.

**Tabla 18.***Los clientes no se juzgan*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	17	25%
A veces	40	59%
Siempre	11	16%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Figura 18.***Gráfico de barra Los clientes no se juzgan*

**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 18 y de acuerdo a la pregunta 18 ¿El personal le brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos? del total de los clientes encuestados, el 59% consideró que el personal a veces le brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos, mientras que el 25% indica que el personal nunca le brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos, asimismo, el 16% indica que el personal siempre le brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos.

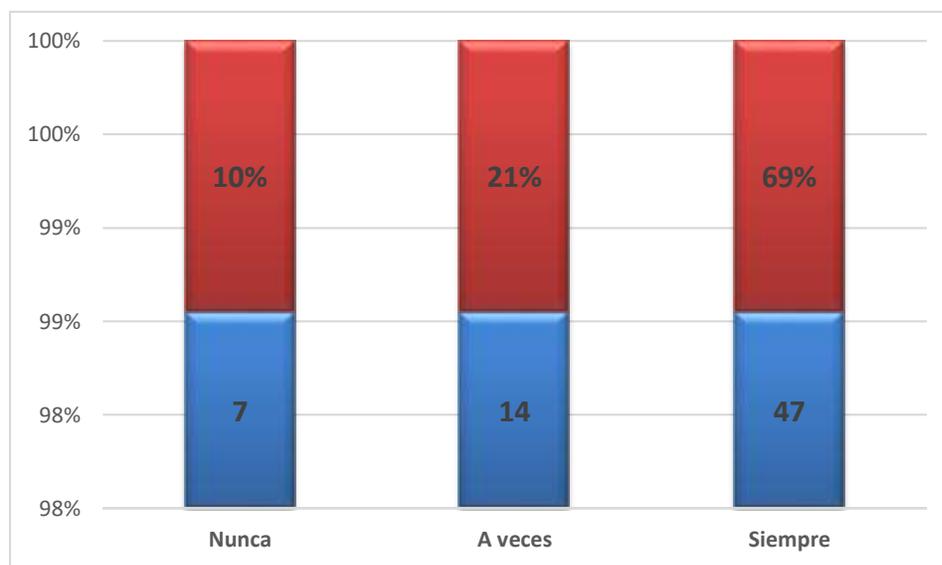
**Tabla 19.**

*Clientes autónomos*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	7	10%
A veces	14	21%
Siempre	47	69%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Figura 19.**

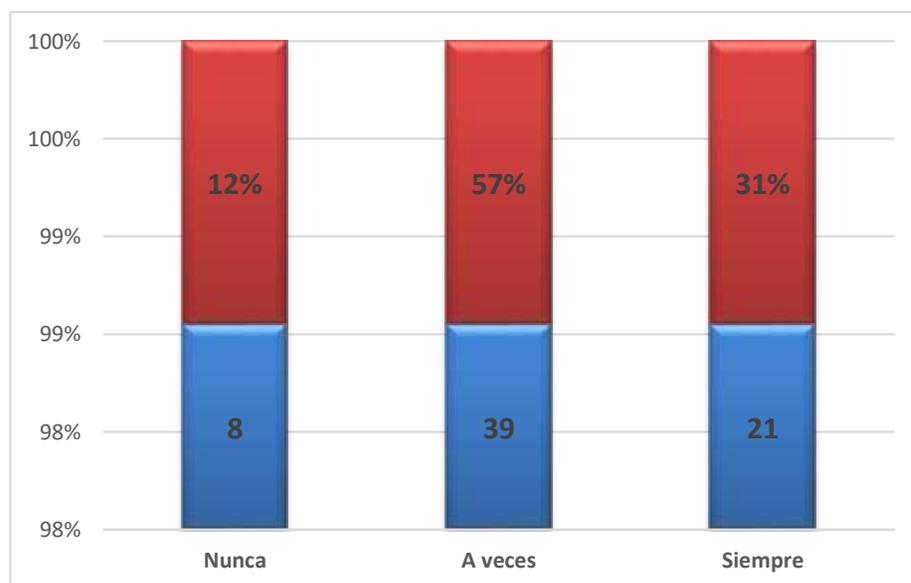
*Gráfico de barra Clientes autónomos*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 19 y de acuerdo a la pregunta 19 ¿Usted confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa? del total de los clientes encuestados, el 69% consideró que siempre confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa, mientras que el 21% indica que a veces confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa, y el 10% indica que nunca confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa.

**Tabla 20.***El cliente tiene la palabra*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	8	12%
A veces	39	57%
Siempre	21	31%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Figura 20.***Gráfico de barra El cliente tiene la palabra*

**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla 20 y de acuerdo a la pregunta 20 ¿El personal le da la razón ya que su atención está basada en la calidad? del total de los clientes encuestados, el 57% consideró que 31 personal a veces le da la razón ya que su atención está basada en la calidad, mientras que el 31% indica que el personal siempre le da la razón ya que su atención está basada en la calidad, asimismo el 12% indica que el personal nunca le da la razón ya que su atención está basada en la calidad.

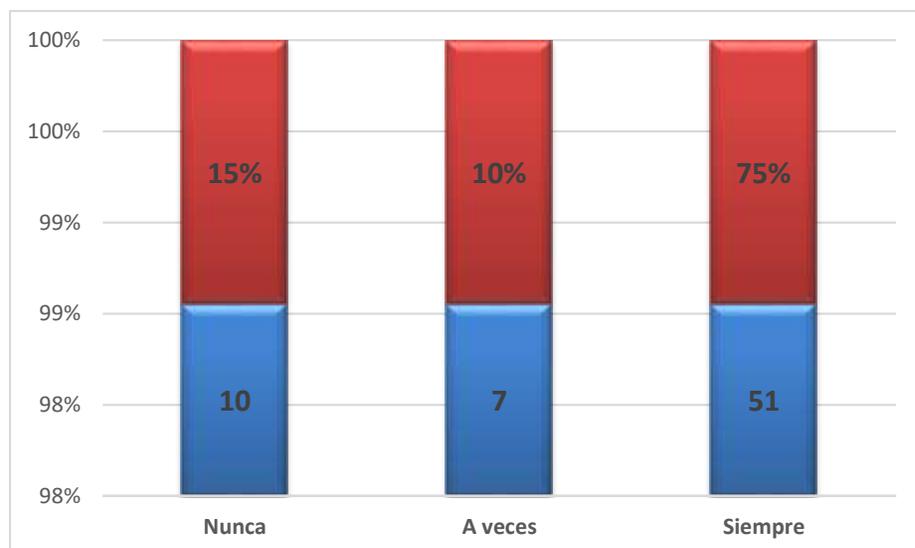
**Tabla 21.**

*Adaptarse a cada cliente*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	10	15%
A veces	7	10%
Siempre	51	75%
<b>Total</b>	68	100%

**Figura 21.**

*Gráfico de barras Adaptarse a cada cliente*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 21 y de acuerdo a la pregunta 21 ¿El personal tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios? del total de los clientes encuestados, el 75% consideró que el personal siempre tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios, mientras que el 15% indica que el personal nunca tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios, y el 10% indica que el personal a veces tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios.

**Cuarto objetivo específico:** Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

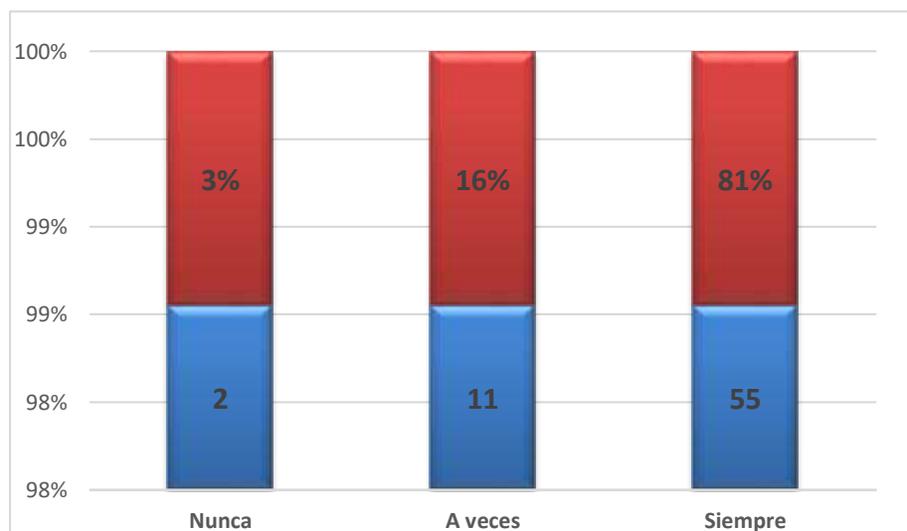
**Tabla 22.**

*Ser educado y respetuoso*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	2	3%
A veces	11	16%
Siempre	55	81%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Figura 22.**

*Gráfico de barras Ser educado y respetuoso*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 22 y de acuerdo a la pregunta 22 ¿El personal de atención al cliente brinda un trato amable y respetuoso? del total de los clientes encuestados, el 81% consideró que el personal de atención al cliente siempre brinda un trato amable y respetuoso, mientras que el 16% indica que el personal de atención al cliente a veces brinda un trato amable y respetuoso, asimismo el 3% indica que el personal de atención al cliente nunca brinda un trato amable y respetuoso.

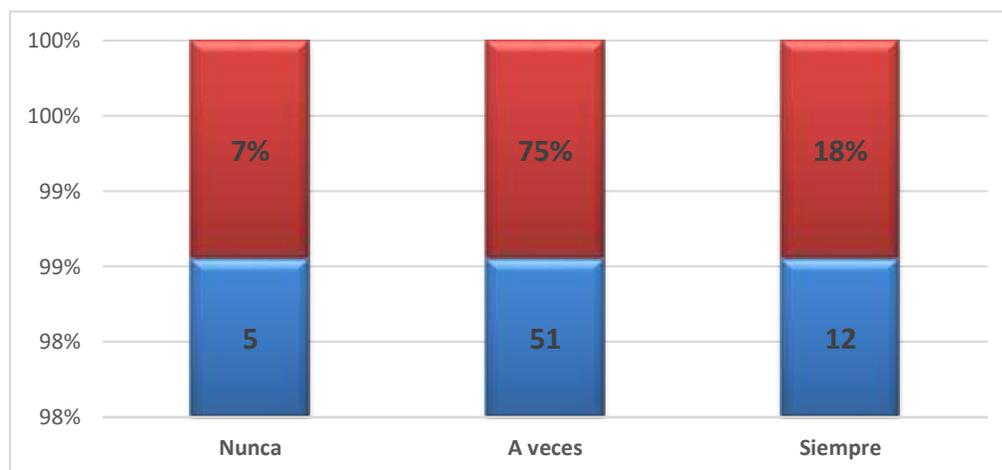
**Tabla 23.**

*Tener una gran capacidad de autocontrol*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	5	7%
A veces	51	75%
Siempre	12	18%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Figura 23.**

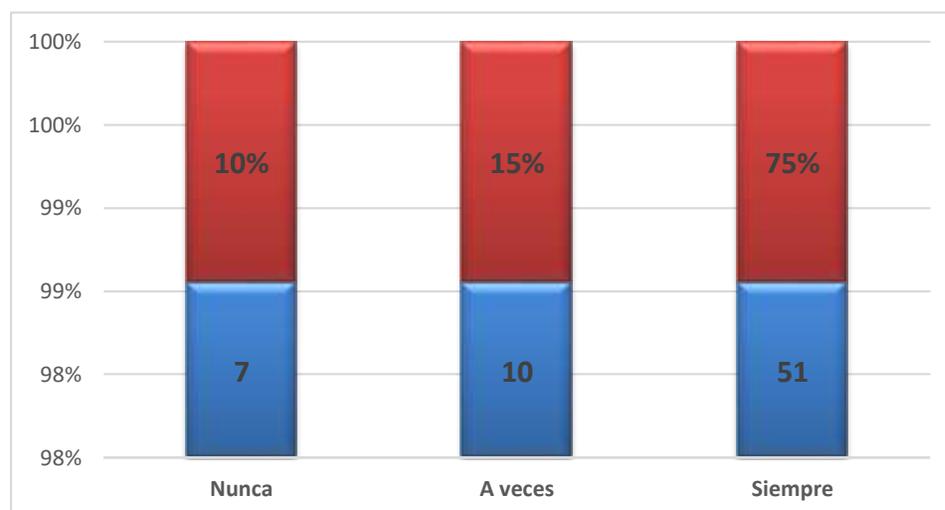
*Gráfico de barras Tener una gran capacidad de autocontrol*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 23 y de acuerdo a su pregunta 23 ¿El personal muestra capacidad de autocontrol ante una queja o problema con algún producto? del total de los clientes encuestados, el 75% consideró que el personal a veces muestra capacidad de autocontrol ante una queja o problema con algún producto, mientras que el 21% considera que el personal siempre muestra capacidad de autocontrol ante una queja o problema con algún producto, y el 4% indica que el personal nunca muestra capacidad de autocontrol ante una queja o problema con algún producto.

**Tabla 24.***Ser positivo*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	7	10%
A veces	10	15%
Siempre	51	75%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Figura 24.***Gráfico de barras Ser positivo*

**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 24 y de acuerdo la pregunta 24 ¿La empresa muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda? del total de los clientes encuestados, el 75% afirman que la empresa siempre muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda, mientras que el 15% indica que la empresa a veces muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda, asimismo 10% indica que la empresa nunca muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda.

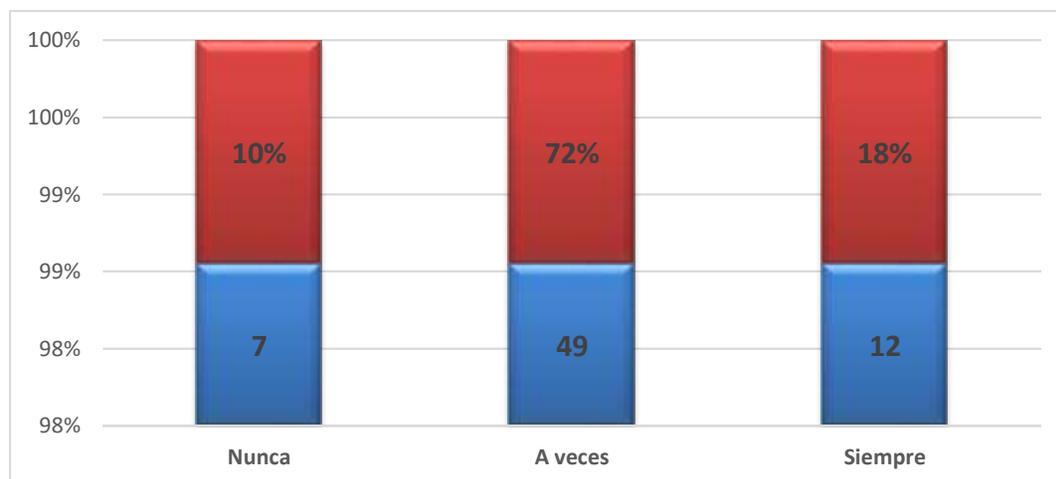
**Tabla 25.**

*Saber escuchar y ser un buen comunicador*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	7	10%
A veces	49	72%
Siempre	12	18%
<b>Total</b>	68	100%

**Figura 25.**

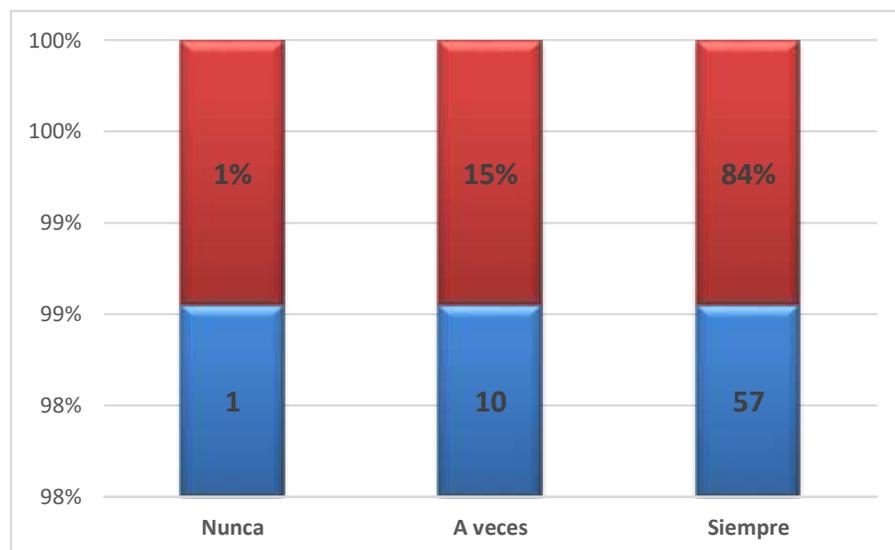
*Gráfico de barra Saber escuchar y ser un buen comunicador*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 25 y de acuerdo a la pregunta 25 ¿Considera que existe una comunicación fluida con el personal al momento de solicitar un producto en especial? del total de los clientes encuestados, el 72% consideró que a veces existe una comunicación fluida con el personal al momento de solicitar un producto en especial, mientras que el 18% indica que siempre existe una comunicación fluida con el personal al momento de solicitar un producto en especial, asimismo el 10% indica que nunca existe una comunicación fluida con el personal al momento de solicitar un producto en especial.

**Tabla 26.***Ser empático*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	1	1%
A veces	10	15%
Siempre	57	84%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Figura 26.***Gráfico de barras Ser empático*

**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 26 y de acuerdo a la pregunta 26 ¿El personal de caja muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto? del total de los clientes encuestados, el 84% consideró que el personal de caja siempre muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto, mientras que el 15% indica que el personal de caja a veces muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto, además el 1% indica que el personal de caja nunca muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto.

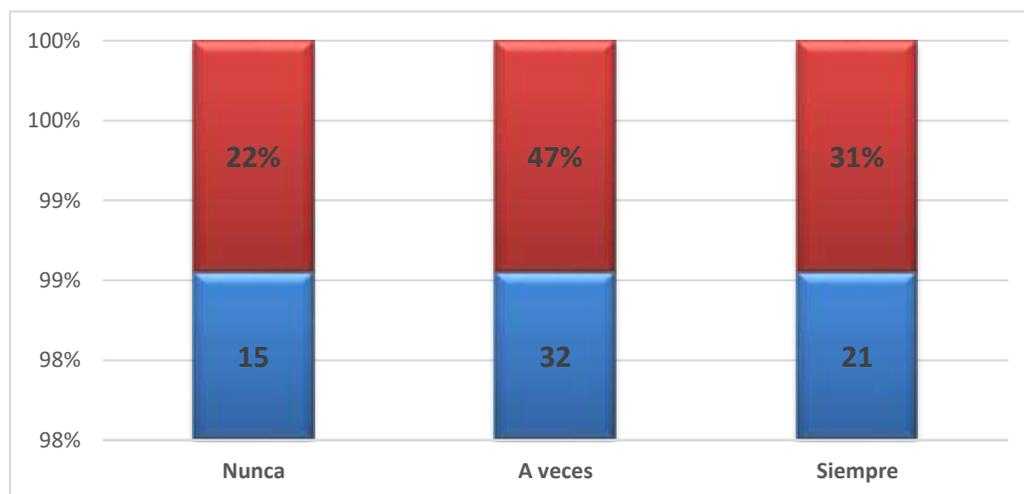
**Tabla 27.**

*Ser ágil y eficiente*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	15	22%
A veces	32	47%
Siempre	21	31%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Figura 27.**

*Gráfico de barras Ser ágil y eficiente*

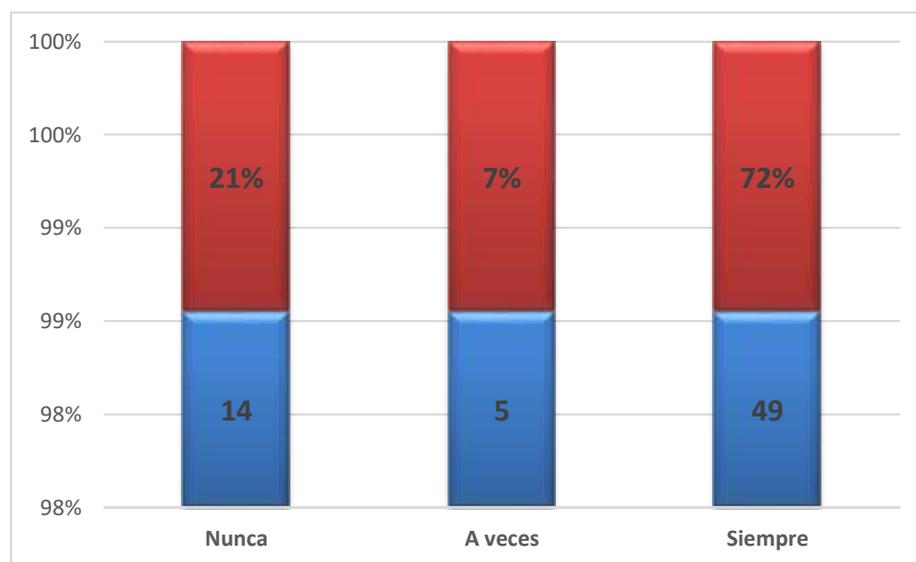


**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 27 y de acuerdo a la pregunta 27

¿Considera que el personal es ágil y eficiente en sus actividades diarias? del total de los clientes encuestados, el 47% consideró que el personal a veces es ágil y eficiente en sus actividades diarias, mientras que el 31% indica que el personal siempre es ágil y eficiente en sus actividades diarias, y el 22% indica que el personal nunca es ágil y eficiente en sus actividades diarias.

**Tabla 28.***Saber trabajar en equipo*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	14	21%
A veces	5	7%
Siempre	49	72%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Figura 28.***Gráfico de barras Saber trabajar en equipo*

**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 28 ¿Puede visualizar que el personal trabaja en equipo con sus compañeros? del total de los clientes encuestados, el 72% consideró que puede visualizar que el personal siempre trabaja en equipo con sus compañeros, mientras que el 21% considera que puede visualizar que el personal nunca trabaja en equipo con sus compañeros, asimismo, el 7% indica que puede visualizar que el personal a veces trabaja en equipo con sus compañeros.

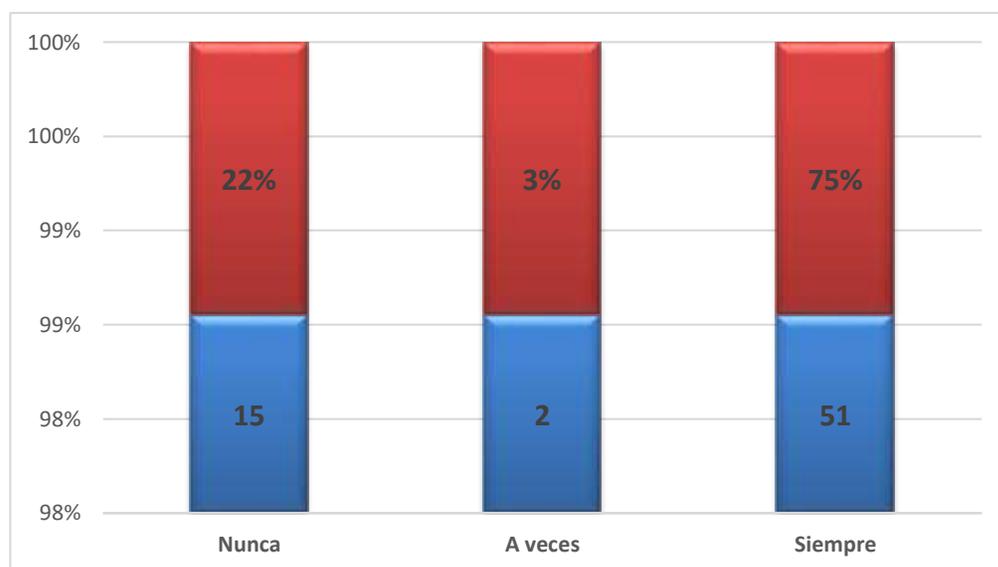
**Tabla 29.**

*Ser diligente y resolutivo*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	15	22%
A veces	2	3%
Siempre	51	75%
<b>Total</b>	68	100%

**Figura 29.**

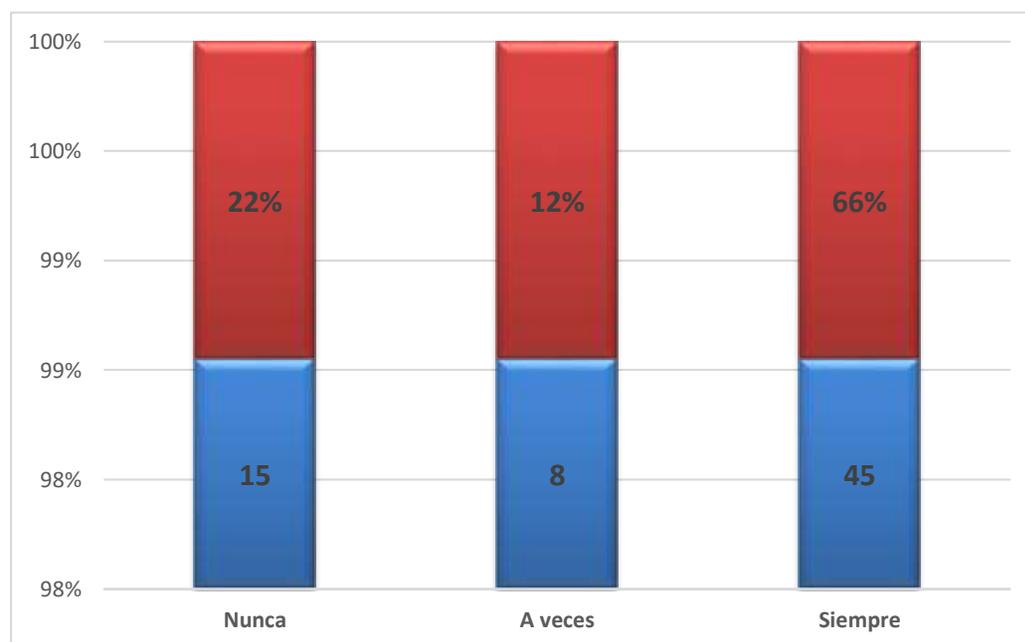
*Gráfico de barras Ser diligente y resolutivo*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 29 y de acuerdo a la pregunta 29 ¿El personal ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto? del total de los clientes encuestados, el 75% considera que el personal siempre ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto, mientras que el 22% indica que el personal nunca ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto, asimismo 3% indica que el personal a veces ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto.

**Tabla 30.***Conocer bien el servicio y la empresa*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	15	22%
A veces	8	12%
Siempre	45	66%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Figura 30.***Gráfico de barras Conocer bien el servicio y la empresa*

**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 30 y de acuerdo a la pregunta 30 ¿El personal muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen? del total de los clientes encuestados, el 66% consideró que el personal siempre muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen, mientras que el 22% considera que el personal nunca muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen, asimismo, el 12% indica que el personal a veces muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen.

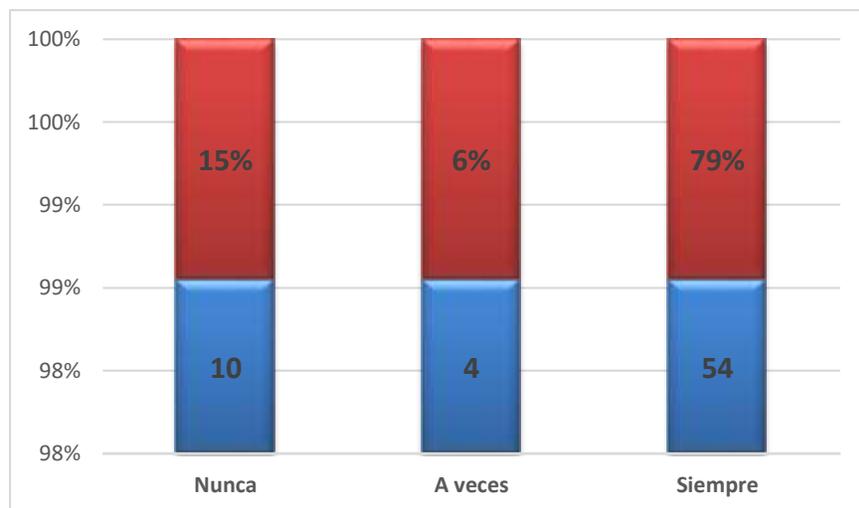
**Tabla 31.**

*Manejar bien las herramientas tecnológicas*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Nunca	10	15%
A veces	4	6%
Siempre	54	79%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Figura 31.**

*Gráfico de barras Manejar bien las herramientas tecnológicas*



**Interpretación:** En consecuencia, en la tabla y figura 31 y de acuerdo a su pregunta 31 ¿la cajera tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito? del total de los clientes encuestados, el 79% considera que la cajera siempre tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito, mientras que el 15% indica que La cajera tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito, asimismo 6% indica que La cajera tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito.

## 5.2. Análisis de Resultados

### **VARIABLE: Gestión de Calidad de Servicio**

**Primer objetivo específico:** Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, la tabla y figura 1 del total de colaboradores encuestados, el 63% consideró que la empresa nunca ha creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades. Donde la mayoría de los colaboradores encuestados consideró que la empresa nunca ha creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades, de tal manera estos resultados discrepan con Borja & Lijón (2016) en su trabajo de investigación denominado Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: almacenes la rebaja, quien concluyó que crear un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades, además discrepa con Flamarique (2017) menciona que las empresas están a la merced de sus clientes, por lo que deben brindar servicios que no solo cumplan con las expectativas de la clientela, sino también sobrepasar sus deseos. Por tal motivo, los colaboradores consideran que la empresa nunca a creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades, ya que el propietario no tiene conocimiento respecto a dichas herramientas y por lo tanto nunca se ha preocupado en dicho punto, dando respuesta al objetivo específico: Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 2 del total de colaboradores encuestados, el 75% consideró que el propietario a veces crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos de la empresa. Donde la mayoría de los colaboradores encuestados consideró que el propietario a veces crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos de la empresa, de tal manera estos resultados discrepa con Aparicio, Banzato & Liberatore (2017) explica que los líderes crean el ambiente en el cual las personas pueden involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización. Por tal motivo, los colaboradores consideraron que el propietario a veces crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos de la empresa, ya que no son invitados a ciertas reuniones donde se toman decisiones para la empresa, dando respuesta al objetivo específico: Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, la tabla y figura 3 del total de colaboradores encuestados, el 6% consideró que la gestión de calidad siempre le permite el buen desenvolvimiento del personal. Donde la mayoría de colaboradores considera que la gestión de calidad siempre le permite el buen desenvolvimiento del personal, estos resultados discrepa con Arias (2018) en su trabajo de investigación denominada Caracterización de la gestión de calidad bajo el proceso de selección del personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de productos textiles (Boutiques) del distrito de Huaraz, 2016, quien concluyó que la mayoría relativa de las MYPES no realizan todos los procesos de selección del personal, lo cual es inadecuado para el buen desenvolvimiento del personal, además discrepa con Ramírez (2016) quien concluyó que los humanos, de todo rango, son la base de una empresa y estas personas se

encuentran allí porque brindan beneficios que aportan al desarrollo de la organización. Por tal motivo, que los colaboradores consideran que la gestión de calidad siempre le permite el buen desenvolvimiento del personal, ya que tiene en claro todas sus actividades para realizarlo diariamente, dando respuesta al objetivo específico: Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 4 del total de colaboradores encuestados, que el 81% consideró que la empresa siempre busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos. Donde la mayoría de los colaboradores encuestados consideró que la empresa siempre busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos, de tal manera, estos resultados coincide con Borja & Lijón (2016) en su trabajo de investigación denominado Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: almacenes la rebaja, quien concluyó que almacenes La Rebaja es una empresa comercializadora de productos de consumo masivo radicada en la ciudad de Quito que busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos, además coincide con Flamarique (2017) quien concluyó que un resultado deseado se logra más eficientemente cuando los recursos relacionados y las tareas se manejan como un proceso. Por tal motivo, los colaboradores consideran que la empresa siempre busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos en el área de venta ya que gracias a dicha área la empresa obtiene ganancias y aún sigue en el mercado empresarial, dando respuesta al objetivo específico: Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 5 del total de colaboradores encuestados, el 81% consideró que la empresa nunca ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio. Donde la mayoría de los colaboradores encuestados considera que la empresa nunca ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio, de tal manera estos resultados coincide con Arbelaez & Hoyos (2017) en su trabajo de investigación denominado Sistema de gestión de la calidad para la empresa de venta de ropa Liz Styles, quien concluyó que la Boutique Liz Styles no ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio, además discrepa con Aparicio, Banzato & Liberatore (2017) expresa que identificando, entendiendo y dominando un sistema, como procesos interrelacionados para lograr un objetivo propuesto, se contribuye a la efectividad y eficacia de la empresa. Por tal motivo, los colaboradores consideran que la empresa nunca ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio ya que es una empresa comercializadora de productos masivos para arreglo personal, dando respuesta al objetivo específico: Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 6 del total de colaboradores encuestados, el 81% consideró que el propietario siempre implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa. Donde la mayoría de colaboradores consideró que el propietario siempre implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa, de tal

manera estos resultados coincide con Saba (2018) en su trabajo de investigación titulada Caracterización gestión de calidad y capacitación en las Mype comerciales rubro confecciones, ropa para niños mercado modelo de Piura, año 2018, expresa que tienen una buena gestión por parte del gerente, quien implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa; asimismo coincide con Ramírez (2016) quien define que la constante mejor debe ser una meta en toda organización. Por tal motivo, los colaboradores consideran que el propietario siempre implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa, porque es un requisito indispensable por las grandes competencias que ingresar al mercado y se tiene que ir adaptando, dando respuesta al objetivo específico: Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 7 del total de colaboradores encuestados, el 75% consideró que el propietario siempre toma decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto plazo. Donde la mayoría de los colaboradores encuestados consideró que el propietario siempre toma decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto plazo, estos resultados coincide con Ruiz (2018) en su tesis de investigación denominada Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, venta de ropa y accesorios, distrito de Callería, año 2018, expresa que los microempresarios toman decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto plazo; asimismo coincide con Flamarique (2017) quien concluyo que las decisiones efectivas se basan en un riguroso e intuitivo análisis de datos. Por tal motivo, los colaboradores consideran que el propietario siempre toma decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto plazo, ya que es una empresa pequeña y sus mejoras son a corto plazo y rápidas, dando respuesta al

objetivo específico: Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 8 del total de colaboradores encuestados, el 88% consideró que la empresa siempre ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad. Donde la mayoría de los colaboradores encuestados consideró que la empresa siempre ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad, de tal manera, estos resultados coinciden con Flamarique (2017) menciona que una organización y sus proveedores son dependientes entre sí, y una buena relación mutua lleva a ser beneficiosa. De tal modo, es esencial crear alianzas con los proveedores para poder mejorar la productividad. En las alianzas, gana tanto la organización como los proveedores. Por tal motivo, los colaboradores consideran que la empresa siempre ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad, ya que tienen empresas con las cuales trabajan y nunca han tenido inconvenientes en sus pedidos, dando respuesta al objetivo específico: Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

**Segundo objetivo específico:** Conocer los beneficios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 9 del total de colaboradores encuestados, el 81% consideró que la gestión de calidad siempre le permite mejorar la imagen y marca de la empresa. Donde la mayoría de los colaboradoras encuestados consideró que la gestión de calidad siempre

le permite mejorar la imagen y marca de la empresa, de tal manera, estos resultados coincide con Bustos (2018) manifiesta que mejorar la imagen de la organización no quiere decir que sea malo, lo malo está no intentarlo y bajar la calidad. Por tal motivo, los colaboradores consideran que la gestión de calidad siempre le permite mejorar la imagen y marca de la empresa, ya que tiene requisitos de calidad que tiene que cumplir y ser mejor en el ámbito empresarial, dando respuesta al objetivo específico: Conocer los beneficios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 10 del total de colaboradores encuestados, el 81% consideró que la gestión de calidad siempre le permite ofrecer productos de excelente calidad. Donde la mayoría de los colaboradores encuestados consideró que la gestión de calidad siempre le permite ofrecer productos de excelente calidad, de tal manera, estos resultados coincide con Veliz (2015) en su trabajo de investigación denominado Plan de negocios para una tienda virtual de ropa y accesorios femeninos con asesoramiento de imagen para el año 2015, quien concluyó que ofreciendo productos de excelente calidad. Además, coincide con Prieto (2017) explica que el sistema nos obliga a realizar un análisis con detalle de todos nuestro procedimientos y ha procesos de la forma más rigurosa posible con el sentido de normalizarlos y así lograr construir un producto, bien o servicio muy consistente en calidad a lo largo del tiempo. Además, el sistema de control de calidad nos brinda herramientas útiles para analizar ese proceso y tratar de mejorarlo según las modas de los datos que se vayan recopilando. De tal manera, los colaboradores consideran que la gestión de calidad siempre le permite ofrecer productos de excelente calidad, ya que tienen que pasar por cierto estándares antes de salir de la empresa que le provee los productos y accesorios para las personas, dando respuesta al objetivo específico:

Conocer los beneficios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 11 del total de colaboradores encuestados, el 69% consideró que el personal nunca se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente. Donde la mayoría de los colaboradores encuestados consideró que el personal nunca se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente. Estos resultados discrepan con Borja & Lijón (2016) en su trabajo de investigación denominado Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: almacenes la rebaja, quien concluyó que se ha vuelto más común el deseo de las empresas por mejorar sus procesos mediante la implementación de modelos de gestión de calidad. - ISO 9001 se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente; asimismo, discrepa con Rodríguez & Álvarez (2016) manifiesta que como he mostrado anteriormente, si logramos un correcto concepto de todos los procesos, lograremos elaborar las metas mucho más rápido, eliminando de la rutina diaria de trabajo todos aquellos fallos y errores. Por tal motivo, los colaboradores consideran que el personal nunca se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente, ya que los clientes son la razón de ser de la empresa, sin ellos no existieran y por tal motivo tienen que dar un excelente trato, dando respuesta al objetivo específico:

Conocer los beneficios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 12 y del total de colaboradores encuestados, el 81% consideró que los costos que brindan la empresa siempre son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes. Donde la mayoría de los colaboradores encuestados consideró que los costos que brindan la empresa siempre son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes, de tal manera estos resultados coincide con Alvarado (2019) en su trabajo de investigación denominada Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017, quien concluyó que los costos que brindan estas empresas son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes con un bajo costo; asimismo, discrepan con Bustos (2018) manifiesta que este es el propósito de toda organización, que la clientela quede satisfecha. Deberían estarlo, ya que las empresas les están brindando, productos o servicios de calidad. De tal manera, los colaboradores consideran que los costos que brindan la empresa siempre son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes; y de esa manera poder fidelizarles y seguir siendo una empresa exitosa, dando respuesta al objetivo específico: Determinar los elementos de la gestión de calidad en la empresa Procampo S.A. en la provincia de Sullana año 2018.

En consecuencia, en la tabla y figura 13 del total de colaboradores encuestados, el 69% consideró que la empresa siempre se preocupa que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo para que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes. Donde la mayoría de los clientes encuestados consideró que la empresa siempre se preocupa que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo para que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes, de tal manera, estos resultados tiene coincidencia con Alvarado (2019) en su trabajo

de investigación denominada Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017, quien concluyó que las empresas se preocupan el que sus empleados se sientan cómodos al trabajar en aquellas sobre todo que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes; y tiene coincidencia con Prieto (2017) especifica que el sistema de gestión de calidad nos plantea que cada cierto tiempo nos detengamos, pensemos, analicemos y logremos sacar conclusiones sobre cómo va la empresa. Es algo muy practicado por el encargado del sistema de control de calidad. Las conclusiones que saque este agente no debe compartirlas con los clientes. Así es difícil que los empleados de la empresa se sientan integrados. De tal manera, los clientes consideran que la empresa siempre se preocupa que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo para que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes, con la finalidad de fidelizarles y obtener publicidad gratis, ya que cada cliente le comenta con sus familiares, amigos y vecinos, dando respuesta al objetivo específico: Conocer los beneficios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 14 del total de los colaboradores encuestados, el 63% consideró que la empresa nunca cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente. Donde la mayoría de los colaboradores encuestados consideró que la empresa nunca cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente, de tal manera, estos resultados tienen coincidencia con Arbelaez & Hoyos (2017) en su trabajo de investigación denominado Sistema de gestión de la calidad para la empresa de venta

de ropa Liz Styles, quien concluyó que la Boutique Liz Styles no cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente; y tiene coincidencia con Rodríguez & Álvarez (2016) afirma que en aquella reunión mencionada anteriormente, se deben exponer todos los puntos de desarrollo de la empresa, todo un recuento de lo que pasó y lo que pudo pasar. Si hoy se falló, la próxima vez no se debe repetir. Por tal motivo, los colaboradores consideran que la empresa nunca cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente, ya que no cuenta con un programa de capacitaciones y no tiene recursos económicos para invertir en ello, además los colaboradores trabajan poco tiempo y luego se van, dando respuesta al objetivo específico: Conocer los beneficios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 15 del total de los colaboradores encuestados, el 56% consideró que en la empresa a veces existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la empresa. Donde la mayoría de los colaboradores encuestados consideró que en la empresa a veces existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la empresa, de tal manera estos resultados tienen coincidencia con Ruiz (2018) en su tesis de investigación denominada Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, venta de ropa y accesorios, distrito de Callería, año 2018, quien concluyó que carecen de organigrama y manual de organización y funciones. Esta falta afecta el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la organización; y tiene coincidencia con Bustos (2018) manifiesta que el convocar conferencias entre los empleados con fecha indicada y bajo un orden del día nos va a

ayudar a que cada persona llamada tenga toda aquella información importante que deba presentar en la reunión. De tal manera, los clientes consideran que en la empresa a veces existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la empresa, ya que sin una buena comunicación no podrían brindar un buen servicio, dando respuesta al objetivo específico: Conocer los beneficios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

### **Variable: Atención al Cliente**

**Tercer objetivo específico:** Describir las claves esenciales de la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 16 del total de los clientes encuestados, el 68% consideró que siempre está satisfecho con el amplio y moderna infraestructura de la empresa. Donde la mayoría de los clientes encuestados consideró que siempre está satisfecho con el amplio y moderna infraestructura de la empresa, de tal manera, estos resultados discrepa con Romero (2018) en su trabajo de investigación denominada Caracterización de la Gestión de Calidad de servicio bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro otros tipos de venta al por menor de productos de belleza y cosméticos en el distrito de Huaraz 2016, quien concluyó que los establecimientos no tienen ambientación moderna es por ello que estos establecimientos no satisfacen ni cumplen con las expectativas de los clientes; y tiene coinciden con Torres (2018) menciona que se debe trabajar cada día para que el cliente pueda recibir un buen servicio. Ten en mente que los consumidores, son los esenciales para que el negocio se mantenga en pie, ya que, sin ellos, este no existe. El cliente nunca debe

esperar que lo atiendan, ya que el servicio debe ser rápido. En todo caso, el público se iría de tus manos y buscaría un negocio el cual le satisfaga sus necesidades y cumpla con sus expectativas. De tal manera, los clientes consideran que siempre está satisfecho con el amplio y moderna infraestructura de la empresa, porque pueden realizar con tranquilidad sus compras, y buscar accesorios de su preferencia, dando respuesta al objetivo específico: Describir las claves esenciales de la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 17 del total de los clientes encuestados, el 51% consideró que el personal le recibe siempre con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa. Donde la mayoría de los clientes encuestados consideró que el personal le recibe siempre con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa, estos resultados coinciden con Martínez (2016) manifiesta que cuando el cliente entra a una tienda, con mucha o poca gente en su interior, los anfitriones o encargados del negocio, deben presentar una bienvenida. Generará confianza y el cliente sabrá con quién consultar si es que tiene algún problema. Es esencial que quien lo reciba lo haga siempre con una sonrisa sincera y con respeto hacia la persona. De tal manera, los clientes consideran que el personal le recibe siempre con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa, a realizar sus compras, son personas educadas, dando respuesta al objetivo específico: Describir las claves esenciales de la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 18 del total de los clientes encuestados, el 59% consideró que el personal a veces le brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos. Donde

la mayoría de los clientes encuestados consideró que el personal a veces le brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos, de tal manera, estos resultados discrepan con Ramos (2019) en su trabajo de investigación denominado Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE del sector comercio rubro venta de accesorios de computadoras, galería Los Algarrobos, cercado de Piura, 2018, quien concluyó que brindando una atención adecuada ante quejas o reclamos; y estos resultados discrepan con Salas (2019) manifiesta que todas las personas que ingresan a comprar un producto deben ser tratadas equitativamente. Por nada en el mundo se debe calificar al cliente, probablemente estás perdiendo un buen negocio. El objetivo es que el cliente deba estar tranquilo, al menos si ha llegado a mirar o no decida comprar. Por tal motivo, los clientes consideran que el personal a veces le brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos, aún le falta tener conocimientos para resolver inconvenientes ya que primero tiene que estar el propietario, dando respuesta al objetivo específico: Describir las claves esenciales de la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 19 figura del total de los clientes encuestados, el 69% consideró que siempre confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa. Donde la mayoría de los clientes encuestados consideró que siempre confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa, de tal manera estos resultados tienen coincidencia con Ramos (2019) en su trabajo de investigación denominado Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE del sector comercio rubro venta de accesorios de computadoras, galería Los Algarrobos, cercado de Piura, 2018, quien concluyó que transparencia en las ventas al señalar las ventajas de los productos y servicios; permitiendo que los clientes se confíen plenamente en los

servicios que ofrece la MYPE; además tiene coincidencia con Torres (2018) quien concluyo que la comodidad de los consumidores es esencial, por esta razón, se recomienda darles un buen espacio en el que puedan realizar su compra. Una forma muy efectiva es que el vendedor o asistente se acerque y pregunte si necesitan de su ayuda, brindarla y luego esperar a que sea llamado para atender al cliente una vez más. Por tal motivo, los clientes consideran que siempre confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa, porque nunca han tenido fallas o les ha perjudicado con algún compuesto dañino para salud de las personas, dando respuesta al objetivo específico: Describir las claves esenciales de la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla 20 del total de los clientes encuestados, el 57% consideró que el personal a veces le da la razón ya que su atención está basada en la calidad. Donde la mayoría de los clientes encuestados consideró que el personal a veces le da la razón ya que su atención está basada en la calidad, de tal manera estos resultados tienen coincidencia con Ruiz (2018) en su tesis de investigación denominada Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, venta de ropa y accesorios, distrito de Callería, año 2018, quien concluyó que han comprendido que es necesario conocer que es lo que el cliente espera encontrar en sus negocios y la importancia de una gestión basada en la calidad como soporte; además discrepa con Martínez (2016) manifiesta que cuando el cliente necesite la ayuda de los empleados de la tienda, estos mismos deben acercarse para ayudar inmediatamente. No es lo más correcto presionar al cliente a comprar solo porque la compra es buena para el negocio. Debe esperar pacientemente a que el comprador termine de hablar para después el vendedor pueda exponer algunas ideas. Por tal motivo, los clientes consideran que el personal a veces le da la

razón ya que su atención está basada en la calidad, ya que muchas veces o tienen respuesta a ciertas preguntas, dando respuesta al objetivo específico: Describir las claves esenciales de la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 21 del total de los clientes encuestados, el 75% consideró que el personal siempre tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios. Donde la mayoría de los clientes encuestados consideró que el personal siempre tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios, de tal manera, estos resultados coinciden con Salas (2019) manifiesta que es vital saber que las personas son distintas y cada persona tiene distintas actitudes. Es por eso que es necesario que los empleadores vayan al mismo ritmo, algunos más formales y otros más sencillos. Un vendedor debe conocer que la manera de cómo interactuar correctamente con cada persona. Tus empleados deben conocer esta habilidad, así el cliente estará agradecido contigo y con tu negocio. Por tal motivo, los clientes consideran que el personal siempre tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios, no son personas de mal humor, atienden de la mejor manera y con mucha amabilidad, dando respuesta al objetivo específico: Describir las claves esenciales de la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

**Cuarto objetivo específico:** Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 22 del total de los clientes encuestados, el 81% consideró que el personal de atención al cliente siempre brinda un trato amable y respetuoso.

Donde la mayoría de los clientes encuestados consideró que el personal de atención al cliente siempre brinda un trato amable y respetuoso, de tal manera estos resultados tienen coincidencia con Masías (2016) en su trabajo de investigación titulada Formalización y Gestión de Calidad de las mype comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara (Piura), año 2016, quien concluyó que el 87.2% si recibieron del personal un trato amable y respetuoso; además coincide con González (2016) define que quizá ya conocías esta técnica, y es que es la más adecuada para poder mantener en pie a tus clientes en tu negocio. Todo cliente que entre a un negocio desea que se le trate con respeto. Recuerda que en todo modo será merecedor de respeto. Haberse cruzado con un usuario mal educado no es razón para romper la regla de ser educado y respetuoso. Por tal motivo, los clientes consideran que el personal de atención al cliente siempre brinda un trato amable y respetuoso, son personas con buenos principios y eficientes realizando su trabajo, dando respuesta al objetivo específico: Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 23 del total de los clientes encuestados, el 75% consideró que el personal a veces muestra capacidad de autocontrol ante una queja o problema con algún producto. Donde la mayoría de los clientes encuestados consideró que el personal a veces muestra capacidad de autocontrol ante una queja o problema con algún producto, de tal manera estos resultados discrepa con Andrade & Escalante (2015) en su trabajo de investigación denominado Análisis del servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa Bultrims S. A. ubicada en la ciudad de guayaquil en el año 2014, quien concluyó que tomar en consideración las encuestas realizadas a los clientes metas, las entrevista que son de conocimiento de lo que el mercado exige en quejas y en satisfacción del servicio que se está

dando como empresa; por otro lado Thompson (2016) define que clientes irascibles, que no dejan hablar, que se descontrolan. Quizá es difícil pero el empleado debe mantener el autocontrol y no dar mala imagen al negocio. Si eres una persona con carácter tranquila, probablemente seas buena para esto. Pero si no lo eres o si no te resulta suficiente, pues es una cualidad que puedes adquirirla. Por tal motivo, los clientes consideran que el personal a veces muestra capacidad de autocontrol ante una queja o problema con algún producto, y que le falta tener autoridad para resolver dichos inconvenientes, primero tiene que estar el propietario para resolver, dando respuesta al objetivo específico: Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 24 del total de los clientes encuestados, el 75% afirman que la empresa siempre muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda. Donde la mayoría de los clientes afirman que la empresa siempre muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda, de tal manera estos resultados coincide con Veliz (2015) en su trabajo de investigación denominado Plan de negocios para una tienda virtual de ropa y accesorios femeninos con asesoramiento de imagen para el año 2015, quien concluyó que Fiorella S.A. ingresará al mercado con la finalidad de causar un impacto positivo en las ventas de ropa femenina con asesoramiento de moda, también coincide con Haya (2018) afirma que esta cualidad no trata de ser el más chistosa ni de minusvalorar los problemas del cliente. Cuando nos referimos a alguien positivo, nos referimos a una persona que transmite buenas vibras a la gente, y que estas últimas lo perciban. De tal manera, los clientes afirman que la empresa la empresa siempre muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda, dando respuesta al objetivo específico:

Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 25 del total de los clientes encuestados, el 72% consideró que a veces existe una comunicación fluida con el personal al momento de solicitar un producto en especial. Donde la mayoría de los clientes encuestados consideró que a veces existe una comunicación fluida con el personal al momento de solicitar un producto en especial, de tal manera estos resultados discrepa con Ramos (2019) en su trabajo de investigación denominado Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE del sector comercio rubro venta de accesorios de computadoras, galería Los Algarrobos, cercado de Piura, 2018; quien afirma que existe una comunicación fluida con los clientes; y también coincide con González (2016) quien concluyo que cuando se trata a otras personas se debe ser un buen oidor. La habilidad de entender y comprender a las demás personas será esencial. Igual que otras cualidades, puedes entrenar el oído. Por tal motivo, los clientes consideran que a veces existe una comunicación fluida con el personal al momento de solicitar un producto en especial, ya que ellos no han visualizado organización entre ellos, dando respuesta al objetivo específico:

Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 26 del total de los clientes encuestados, el 84% consideró que el personal de caja siempre muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto. Donde la mayoría de los clientes encuestados consideró que el personal de caja siempre muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto, de tal manera estos

resultados tienen coincidencia con Thompson (2016) define que es una cualidad básica y que resulta útil en varias vertientes. El que posea esta cualidad no solo ayudará a los clientes, sino que también gozará de su trabajo. Esta cualidad permite estar en el lugar del otro y buscar soluciones a su problema. El trabajo de atención al cliente será fácil si llevas esta cualidad contigo. Para ti y para los clientes. Por tal motivo, los clientes consideran que el personal de caja siempre muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto, y es muy amable y cordial con las respuestas y al realizar su labor, dando respuesta al objetivo específico: Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 27 del total de los clientes encuestados, el 47% consideró que el personal a veces es ágil y eficiente en sus actividades diarias. Donde la mayoría de los clientes encuestados consideró que el personal a veces es ágil y eficiente en sus actividades diarias, de tal manera, estos resultados discrepa con Saba (2018) en su trabajo de investigación titulada Caracterización gestión de calidad y capacitación en las Mype comerciales rubro confecciones, ropa para niños mercado modelo de Piura, año 2018; quien afirma que un control del desempeño de sus trabajadores que ayuda de manera eficiente a la MYPE; y discrepa con Haya (2018) afirma que para atender al cliente se necesita de una gran agilidad, y eso algunos no lo tienen en cuenta. Lo bueno es que la agilidad también se entrena, por lo que es tu turno de practicar tu agilidad. Por tal motivo, los clientes consideran que el personal a veces es ágil y eficiente en sus actividades diarias, ya que muchas veces se han demorado para brindarle el producto solicitado, dando respuesta al objetivo específico: Identificar las cualidades del

personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 28 del total de los clientes encuestados, el 72% consideró que puede visualizar que el personal siempre trabaja en equipo con sus compañeros. Donde la mayoría de los clientes encuestados consideró que puede visualizar que el personal siempre trabaja en equipo con sus compañeros, de tal manera estos resultados coinciden con González (2016) define que al igual que en cualquier profesión, trabajar en equipo es esencial. Si se nos presenta una gran cantidad de clientes, es mejor trabajar en equipo que individualmente. Por tal motivo, los clientes consideran que puede visualizar que el personal siempre trabaja en equipo con sus compañeros, en el poco tiempo que se han encontrado en el establecimiento ha visto armonía entre ellos, dando respuesta al objetivo específico: Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 29 del total de los clientes encuestados, el 75% considero que el personal siempre ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto. Donde la mayoría de los clientes considera que el personal siempre ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto, de tal manera estos resultados coincide Thompson (2016) define por lo general si un cliente necesita de servicio al usuario, pues es porque tiene un problema y espera solucionarlo. De nada servirá que el agente sea amable y empático si al final no brindará ninguna opción de solución. La diligencia y la resolución son cualidades que en todo trabajo se necesita, pero si es para el servicio al cliente, el

valor de estas cualidades se redobla. De tal manera, los clientes consideran que el personal siempre ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto, son personas eficientes y efectivas que realizan sus actividades con efectividad, dando respuesta al objetivo específico: Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 30 del total de los clientes encuestados, el 66% consideró que el personal siempre muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen. Donde la mayoría de los clientes considera que el personal siempre muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen, de tal manera estos resultados discrepa con Romero (2018) en su trabajo de investigación denominada Caracterización de la Gestión de Calidad de servicio bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro otros tipos de venta al por menor de productos de belleza y cosméticos en el distrito de Huaraz 2016; quien afirma que no respetan el tiempo prometido, no muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen; y coincide con Haya (2018) afirma que es otra cuestión esencial. La persona que no se informe sobre su centro de labores o de la misma empresa, no podrá ser un buen agente. Por lo general, estos datos las brinda la misma empresa para que su servicio al cliente se encuentre informado de la empresa. Lo que aprendas en ellas puede serte de gran ayuda. De tal manera, los clientes consideran que el personal siempre muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen, ya que conocen sus productos y saben de los beneficios y cualidades que tienen, dando respuesta al objetivo específico: Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

En consecuencia, en la tabla y figura 31 del total de los clientes encuestados, el 79% considero que la cajera siempre tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito. Donde la mayoría de los clientes considera que la cajera siempre tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito, de tal manera estos resultados discrepa con Masías (2016) en su trabajo de investigación titulada Formalización y Gestión de Calidad de las mype comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara (Piura), año 2016; quien afirma que la tecnología, como el contar con POS en las tiendas para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito; y coincide con González (2016) afirma que será mejor para poder conseguir mejores resultados. Hoy en día, el servicio al cliente está llevado por la tecnología. Un excelente agente podrá manejar correctamente estas opciones tecnológicas. Por suerte, existen herramientas tecnológicas que pueden ayudar en la atención al usuario y resultan intuitivas y fáciles de utilizar, por la gran delincuencia las personas prefieren hacer pagos con tarjetas de débitos o créditos, dando respuesta al objetivo específico: Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

## **VI. Conclusiones**

### **6.1. Conclusiones**

Los principios de la gestión de calidad que identifican en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. fue relación de mutuo beneficio con proveedores ya que la empresa ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad; enfoque de procesos porque busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua; además tiene mejora continua mediante la implementación continuamente plan de mejoras para el desarrollo; enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto plazo; y la implicación de todo el personal porque le permite el buen desenvolvimiento; pero el propietario a veces crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos; sin embargo, nunca ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio.

Los beneficios que brinda la gestión de calidad a la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. es que le permite mejorar la imagen y marca; además de ofrecer productos de excelente calidad; y los costos que brindan la empresa son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los cliente; asimismo se preocupan que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo para que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes; y a veces existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros; pero el personal le falta centrarse en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos; ya

que no cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente.

Las claves esenciales de la atención al cliente que se describen en la Tienda Damaris Accesorios fue adaptarse a cada cliente ya que el personal tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios; también tiene clientes autónomos porque confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa; satisfacción al cliente porque los clientes están satisfecho con el amplio y moderna infraestructura; además el personal cortés ya que recibe con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa los clientes; pero a veces brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos.

Las cualidades que identifican del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios fue que el personal de caja muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto; y tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito; y el personal de atención al cliente brinda un trato amable y respetuoso; también ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto; y el personal trabaja en equipo con sus compañeros; asimismo muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen; sin embargo el personal a veces es ágil y eficiente en sus actividades diarias; por otro lado la empresa muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda.

## **VII. Aspectos complementarios**

### **7.1. PROPUESTA DE MEJORA PARA LA EMPRESA “DAMARIS ACCESORIOS E.I.R.L. DE LA PROVINCIA SULLANA”.**

Para mejoramiento de la empresa el desarrollo de un plan de mejora permite definir mecanismos que permiten a la empresa alcanzar aquellas metas que se han propuesto que le permitan ocupar un lugar importante y reconocido dentro de su entorno, esto se hace con finalidad de detectar puntos débiles de la empresa y de esta manera atacar las debilidades y plantear posibles soluciones al problema.

Al identificar el problema se llega a un análisis para una posible solución mecanismo que genera mejores resultados.

Cuando se logra identificar el problema se llevó a cabo el proceso de solución de la situación, mejorando así estratégicamente, permitiendo el éxito.

La Gestión de la Calidad es el conjunto de acciones, pre elaboradas y sistemáticas, que son indispensables para brindar la convivencia y armonía adecuada de que un producto, bien o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad. Los grandes inversores se dieron cuenta que para garantizar que sus proveedores les enviaran los productos cumpliendo sus especificaciones, era necesario que organizaran y documentaran todos aquellos aspectos de su compañía que pudieran contribuir en la calidad del producto que les brindaban. Todo ello debía estar sistematizado y atestiguado, y por ello empezaron a obligar a sus abastecedores a garantizar la calidad.

La calidad se caracteriza por prevenir y/o reducir ciertas fallas que se encuentran en la empresa en tanto a orientación al cliente en ofrecer los productos como también el trabajo en equipo, es una estrategia que se considera a través de enfoques de interacción estrategia y mejora para la empresa.

El captar las exigencias y el aumentar permanentemente la satisfacción del cliente demanda un papel importante para obtener ganancias además de éxito duradero en la empresa.

La productividad depende tanto en el valor de servicios y productos por ello se debe incluir procesos sostenibles para el crecimiento económico logrando mejoras para el bienestar de la empresa.

Se exige la implementación de un control del personal de como utiliza su agilidad para obtener un alto grado de competitividad para ello el análisis de esta investigación se basa en las siguientes recomendaciones para mejorar en un futuro para requerir un desarrollo que lleve al éxito a la empresa en un futuro.

La empresa debe contar con procesos más competitivos y eficaces.

Tener mayor control y seguimiento de acciones que se van a emplear para corregir problemas que se presenten en la empresa.

Conocer las causas que ocasionan los problemas y encontrar su posible solución.

Determinar en un plan las acciones a realizar en un futuro al igual que la manera en que se controlará y se dará el seguimiento.

*Respecto a las variable Gestión de Calidad basado en el primer objetivo*, identificar los principios de la gestión de calidad en la empresa, sostiene algunas desventajas que afecta a la empresa en un tanto por cierto el cual esto debe mejorar para tener mejor éxito en un futuro. asimismo, respecto a esta investigación se detectaron posibles detalles como:

La empresa nunca ha creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades para ello propongo un plan que desarrolle un comité de capacitación que permita contar con empleados hábiles, entrenados, para hacer un mejor trabajo para control de defectos, errores que se presenten al realizar las tareas de diferentes aspectos.

La empresa debe contar con una metodología para responder y atender a las reclamaciones recibidas por los clientes.

Las reclamaciones recibidas deben ser objeto de análisis para tomar en cuenta las medidas oportunas para que no vuelvan a suceder.

Ser lo más sencillo, humilde y fácil de realizar posible.

Cumplir y comprender sus requisitos.

Contar con trabajadores motivados que pongan empeño en su labor, que busquen realizar las operaciones de manera óptima y sugieran mejorar.

Mejorar continuamente en base a los procesos en mediaciones objetivas.

Tomar decisiones, responsabilidades como grupo.

Es fundamental el compromiso teniendo en cuenta las buenas practicas.

Implicar a todo el personal en tratar de mejorar y controlar aquellos detalles que incomoden al cliente.

Por ultimo estar a disposición de cambios que se presenten capaces, dispuestos a adaptarse a situaciones que haiga en la empresa.

Son una forma general de asumir los objetivos planteados que permite la aportación de ideas y compromiso de manera fluida con temas de trato organización y mejor planificación en conjunto permitiendo alcanzar el avance habitual en la toma de decisiones.

Un buen logro para que la empresa vaya más allá de lo que se proponga es que el gerente decida personalmente liderar con más exigencia y tener en cuenta los procedimientos encaminados en centrarse específicamente en el cliente, ya que este es la pieza primordial que lleva a cabo el logro de los objetivos para la empresa.

El cliente que enfrentamos hoy en día en el mercado está evolucionando en tener más la razón ya que es atento y racional en lo que desea consumir siendo más exigente para ello se debe captar sus exigencias con paciencia, favoreciendo así su satisfacción.

***En cuanto del segundo objetivo de la variable gestión de calidad,*** conocer los beneficios de la gestión de la calidad se detectan la desventaja en cuanto a la mejora del sistema de trabajo para satisfacer los requisitos del cliente, además del intercambio de conocimientos how know, y finalmente la interacción y comunicación el cual juegan un papel importante el cual este debería estar en alto estándar para mejora de la empresa, por ello se propone:

Establecer los requisitos del cliente pues si logramos un correcto concepto de todos los procesos se logrará las metas mucho más rápido eliminando de la rutina diaria aquellos errores o fallas que consideran el personal satisfaciendo la razón de ser empresa dando un excelente trato.

Al personal le falta centrarse en la eficiencia para satisfacer los requerimientos, para ello se debe establecer un control de motivación y capacitación que motive a todos los trabajadores de dicha empresa.

Por otro ámbito la interacción y comunicación es primordial para ello se debe establecer reuniones constantes para interactuar con el personal y así tener más confianza en sí mismos y tener más capacidad de atención para el cliente consumidor.

Contar con personal competente en manejo de funciones, responsabilidades de cada uno de ellos.

La empresa en su reunión de trabajo debe exponer todos los puntos de desarrollo dirigiéndose así a conseguir un desarrollo de forma habitual, asiendo participar a sus empleados exponiendo sus ideas respecto a lo que se llevó a cabo en el día o semana, teniendo en cuenta así las fallas que ayudaran a tener información de lo que hay que mejorar.

Compromiso de todo el personal para el cumplimiento de los requisitos del cliente.

Mejorar la imagen e incremento de la confianza y satisfacción de los clientes.

Promover el éxito depende de los clientes para ello lo adecuado es llevar a cabo dar solución a sus necesidades. El compromiso de la empresa es ofrecer un servicio positivo a través de sus productos procesos servicios y atención, trabajar con dedicación para exceder nuestras

metas y lograr resultados exitosos actuando de manera abierta honesta transparente estableciendo confianza con actitud positiva adaptándose a los cambios establecidos.

El servicio al cliente hace referencia a todo el control que realiza una entidad o una organización para satisfacer las necesidades de sus clientes. Para poder ofrecer un buen servicio al cliente, primero se debe tener conocimiento de lo que desea el prestador de tu servicio, luego, tenerlas en mente durante todo el proceso, incluyendo el momento en que el cliente se retira.

***Respecto a las variable Atención al cliente basado en el tercer objetivo***, describir las claves esenciales de la atención al cliente, el indicador es que el cliente tiene la palabra el personal a veces da la razón al cliente en cuento a su atención para ello se propone:

Un análisis más centrado para no perder esa esencia de cliente satisfecho.

Tener una persona responsable del proceso, por lo tanto, así como indicadores que midan el grado de cumplimiento.

No todos los consumidores de la empresa se sienten satisfechos por ello se debe tener en cuenta la atención más rápida posible para que el cliente se sienta más cómodo en comprar sus productos.

Además de tener más creatividad en atención no dejar que el cliente se sienta incomodo, dudoso o insatisfecho para ello se propone tener mejor paciencia en trato y tratar de convencer al consumidor de que el producto que se le ofrece es de calidad.

Asignar responsabilidades.

Definir obstáculos que posiblemente puedan impedir la implementación de exitosa de un enfoque basado en indicadores para un buen desarrollo de logros.

No tener preferencias en los clientes todos deben ser atendidos equitativamente, el objetivo es que el cliente debe estar tranquilo al menos si ha llegado a mirar o no decida comprar.

Llevar una buena relación con el cliente es mayor posibilidad de reconocer al instante lo que desea comprar, es uno de los principios y clave esencial básica para atender al cliente y se vaya satisfecho.

*En el cuarto, último objetivo* basado en identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la empresa se identifica la falta de capacidad de autocontrol, falta de comunicación, además de agilidad y eficacia en sus actividades, y por último el conocimiento de productos y servicios que se ofrecen esto debe mejorar para tener mejor éxito en un futuro, por ello se plantea posibles detalles a mejorar como:

El empleado debe tener la mayor paciencia para no dar mala imagen al negocio, esta es una de las cualidades más características que ayuda a brindar un buen servicio ya que hay clientes diariamente el cual se debe comprender su estado su estado de ánimo.

Tratar de entender y comprender a los demás es parte esencial, la mayoría de los clientes se encuentran incomodos e inconforme por ello estar más atento a su escucha de pedidos y reclamos es gran parte importante para el cliente se sienta satisfecho y recomiende su producto.

Disponer recursos de información, tecnología necesaria para poder atender más rápido al cliente.

Muchas veces el agente tendrá que atender a varios clientes a la vez, si el cliente se siente rechazado el empleado debe informarle sobre la situación para que pueda entender y no huya del negocio. Es parte de ser más comunicativo y ágil para no perder clientes y manejar la situación más de manera más entrenada.

Por lo general la empresa debe tener en cuenta de que sus empleados trabajadores conozcan bien su precio de sus productos y que es lo que se ofrece para que a la hora de que el cliente se acerque a preguntar sobre un producto y su precio lo puedan atender lo más pronto posible y ganar así puntos esenciales en ventas.

En general esta investigación ayuda a captar aquellas pequeñas fallas que la empresa está teniendo por ello es recomendable tener en cuenta estas recomendaciones que son plan de mejora para su negocio y éxito de la empresa.

Ayudan a prevenir los problemas ocasionados por ello a través de este estudio se toman medidas para que la empresa mejore en su futuro.

## Referencias Bibliográficas

- Alcaide, J. C. (2015). fidelización de clientes segunda Edición. Madrid: *ESIC Editorial*.
- Alvarado, J. O. K. (2019). Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*.  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14668>
- Andrade, B. B., & Escalante, A. M. (2015). *Análisis del servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa BULTRIMS S.A. ubicada en la ciudad de Guayaquil en el año 2014*.
- Angulo, G. (2017). Qué es la responsabilidad ambiental de una empresa. *Limtek*.
- Aparicio, A., Banzato, G., & Liberatore, G. (2017). *Manual de gestión editorial de revistas científicas de ciencias sociales y humanas: buenas prácticas y criterios de calidad* (CLACSO (ed.)).
- Arbelaez, V. C., & Hoyos, M. E. J. (2017). Sistema de gestión de la calidad para la empresa de venta de ropa Liz Styles. *Universidad Libre Seccional Pereira*, 12–21.
- Arbulú, J. (2016). La Pyme en el Perú. *Libro de Egresados, 1*, 32–36.
- Arciniegas, J., & González, O. (2016). *Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la norma ISO 2015* (Ecoe Ediciones (ed.)).
- Arellano, R. (2019). Negocio de retail representa el 10.7% del PBI del Perú. *Perú Retail*.

Arenal, L. C. (2019). *Atención básica al cliente. MF1329* (Editorial).  
<https://doi.org/9788416482900>, 9781512967340

Arias, J. G. (2016). *Introducción a la investigación en ciencias sociales. En A. Hidalgo & R. Medina (Eds.), Cooperación al desarrollo y bienestar social (pp. 87-115). Oviedo, . España: (Eikasía Ediciones (ed.))*.

Arias, Q. M. N. (2018). Caracterización de la gestión de calidad bajo el proceso de selección del personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de productos textiles (Boutiques) del distrito de Huaraz, 2016. *Universidad Católica Los Angeles de CHimbote*.

Astí, V. A. (2015). *Metodología de la investigación* (Athenaica).

Avolio, B. (2019). Factores que Limitan el Crecimiento de las. *Academia*.

Baena, P. G. M. E. (2017). *Metodología de la investigación (3a. ed.)* (G. E. Patria (ed.)).

Borja, D. S., & Lijón, A. J. (2016). Propuesta De Un Modelo De Gestión En Calidad De Servicio, Basado En La Norma Internacional Iso 9001: 2008, En Empresas De Comercialización De Productos De Consumo Masivo, Caso: Almacenes La Rebaja. *Universidad Internacional Del Ecuador*, 147. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/535/1/T-UIDE-0499.pdf>

Bustos, P. G. (2018). *La gestión del documento electrónico* (W. K. España (ed.)).

Cabanillas, J. (2017). CCL: Venta de ropa disminuyó hasta 15% en el año. *Gestión*.

Calle, H. C. A. (2018). Importancia de la Calidad Total en las Pequeñas y Medianas Empresas.

*Iberoamerican Business Journal*, 1(2), 69–75.

<https://doi.org/10.22451/5817.ibj2018.vol1.2.11012>

Cañete, N. (2020). Coronavirus: ¿Cómo apoyar desde el sector de fomento a la innovación y las pymes? *Universidad Estatal de Carolina Del Norte*.

<https://blogs.iadb.org/innovacion/es/innovacion-coronavirus-pymes-emprendimientos/>

Carbonero, C. C. (2016). *Metodología de la actividad física* (W. Editorial (ed.)).

Castillo, A. G. L. (2020). Importancia de la Gestión de la Calidad en la Empresa. *Grupo100*.

Castillo, G. J. (2016). Ley de marco de licencia de funcionamiento. *Normas Legales*.

Chunga, R. M. (2020). Gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro Ropa en el Mercado de Paita, Año 2020. In *Universidad Católica los Angeles de CHimbote*.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL\\_INTERNO\\_ADMINISTRATIVO\\_SANCHEZ\\_ADANAQUE\\_ENID\\_YAQUELINE.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL_INTERNO_ADMINISTRATIVO_SANCHEZ_ADANAQUE_ENID_YAQUELINE.pdf?sequence=1)

Delgado, Z. P. (2019). Papel del servicio de atención al cliente de una empresa. *Markepymes*.

Di Génova, A. E. (2020). *Organización de congresos y convenciones: guía práctica para la gestión profesional de C&C de alta calidad* (U. Editor (ed.)).

Fischman, F. (2019). La importancia de las PYMES en Perú. *Hubspot*.

<https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-peru>

Flamarique, S. (2017). *Gestión de operaciones de almacenaje* (M. Books (ed.)).

- Flores Konja, A. A., & Hidalgo Tupia, M. A. (2014). La norma ISO 9000 y el sistema de gestión de la calidad. *Quipukamayoc*, 22(41), 31. <https://doi.org/10.15381/quipu.v22i41.10066>
- Fresno, C. C. (2019). *Metodología de la investigación: así de fácil* (E. C. Editor (ed.)).
- Gaitán, M. N. E. (2017). Proyecto de mejora de servicio al cliente. *Universidad Santo Tomas*, 1–96. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9132/GaitanNubia2017.pdf>
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la Opimizacion del servicio al clinte // Service culture in customer service improvement. *Telos*, 18(3), 381–398.
- Garzón, J. M. (2019). Evolución de la demanda interna impulsó crecimiento del PBI en 1,2% en el segundo trimestre de 2019. *INEI*.
- Gil, P. J. A. (2015). *Metodología cuantitativa en educación* (U.-U. N. de E. a Distancia (ed.)).
- Godoy, J. N. (2017). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, Vol4, 23–35.
- González, M. P. (2016). *Información y atención al visitante (UF0082)* (E. T. Formación (ed.)).
- Guerra, B. R. M. (2020). *Gestión de la calidad, los riesgos y el conocimiento en la industria médico farmacéutica y biotecnológica: compilación de estudios en Cuba* (E. Universitaria (ed.)).
- Gullo, J., & Nardulli, J. P. (2018). *Gestión organizacional* (E. Maipue (ed.)).
- Haya, S. I. (2018). *Fundamentos pedagógicos de atención a la diversidad* (E. de la U. de Cantabria

(ed.)).

Lonardi, P., & Oliva, M. (2017). *Metodología de la investigación social aplicada al turismo* (U. Editor (ed.)).

López, M. W. (2018). Características Económicas Financieras de las 1000 Principales Empresas Comerciales Informantes a la Encuesta Económica Anual. *INEI*.

Martínez, B. R. (2016). *Servicio al cliente interno: todos somos clientes y todos tenemos clientes* (E. de la U (ed.)).

Masías, V. M. E. (2016). Formalización y Gestión de Calidad de las MYPE Comerciales, Rubro Ropa del Mercado Central de Talara (Piura), Año 2016. *Universidad Catolica Los Angeles de CHimbote*, 53(9), 1–121. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Mere, Ó. (2016). Retail en el Perú: Retos y oportunidades para un mercado en desarrollo. *Perspectivas*.

Mongilardi, F. M. (2018). Los TLC Impulsan el desarrollo del Perú. *La Cámara N°819*.

Nieves, R. P. J. deybi. (2017). “El Visual Merchandising Y Su Incidencia En La Decisión De Compra Del Cliente Shopper Y El Cliente Buyer De Las Tiendas Por Departamento De La Ciudad De Piura - Año 2016.” *Universidad Privada Antenor Orrego*. [http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2991/1/RE\\_ADMI\\_PIERT.NIEVES\\_VISUAL.MERCHANDISING\\_DATOS.PDF](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2991/1/RE_ADMI_PIERT.NIEVES_VISUAL.MERCHANDISING_DATOS.PDF)

Nole, O. (2016). Qué acuerdos comerciales tiene firmados el Perú. *Certus*.

Ortega, A. (2019). ¿Por qué han aumentado las Pymes en Perú? *Universia*.

Paulo Pantigoso. (2019). EY\_Guía\_de\_Negocios\_e\_Inversión\_2018-2019. *Ministerio de Relaciones Exteriores*.

Pazos, M. (2015). Maternelle Perú espera crecimiento gracias a tiendas de centros comerciales. *Diario Gestión En Línea*.

Peña, G. G. (2017). *Leer en línea Descarga completa Agregar a la estantería Compartir vínculo de libro Citar libro Efectos del sistema de gestión de la calidad en las entidades del sector público* (Ediciones).

Peñaranda, C. C. (2018). Economía peruana crecería gracias a la expansión de cinco importantes sectores. *Camara Lima*.

Pérez, L. E. M. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial: operaciones administrativas comerciales* (E. de la U (ed.)).

Prieto, P. R. (2017). *Gestión fiscal: UF0315* (S. L. Editorial CEP (ed.)).

Quiñones, C. (2018). Las tasas de interés de créditos comerciales bajaron en mayo. *Gestión*.

Ramírez, S. F. A. (2016). *Gestión fiscal: UF0315* (I. Editorial (ed.)).

Ramos, C. M. L. (2019). Caracterización De La Capacitación Y Atención Al Cliente En Las Mype Del Sector Comercio Rubro Venta De Accesorios De Computadoras, Galeria Los Algarrobos, Cercado De Piura, 2018 Tesis. In *Universidad Catolica los Angeles de CHimbote* (Vol. 0).

- Rodríguez, A. (2017). *La importancia del servicio*.
- Rodríguez, O. A., & Álvarez, G. S. (2016). *Gestión de la huella de carbono* (A.-A. E. de N. y Certificación (ed.)).
- Rodríguez, P. C. P. (2019). *Gestión De Calidad En Atención Al Cliente Y Propuesta De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro Bazar Tiendas De Regalos Del Casco Urbano Distrito De Chimbote, 2017*.  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14385>
- Romero, B. E. F. (2018). Caracterización de la Gestión de Calidad de servicio bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro otros tipos de venta al por menor de productos de belleza y cosméticos en el distrito de Huaraz 2016. *Universidad Catolica Los Angeles de CHimbote*, 152. <https://doi.org/1>
- Romero, N. (2018). Perú: ¿Qué actividades realiza Mallplaza para cuidar el medio ambiente? *Perú Retail*.
- Romero, Z. D. O. (2019). Compartimos contigo interesantes datos sobre la relevancia de las mypes. *PQS*.
- Ruiz, V. raquel N. (2018). Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, venta de ropa y accesorios, distrito de Callería, año 2018. *Universidad Catolica Los Angeles de CHimbote*, 0–2.
- Saba, C. K. (2018). Caracterización Gestión De Calidad Y Capacitación En Las Mype Comerciales Rubro Confecciones, Ropa Para Niños Mercado Modelo. *Universidad Catolica Los Angeles*

de CHimbote, 152. <https://doi.org/1>

Salas, B. F. (2019). *Ejercicios de memoria y atención* (E. Paidotribo (ed.)).

Salazar, J. (2019). Guerra comercial ofrece oportunidades a accesorios de moda y regalo del Perú en EE.UU. *Diario Gestión En Línea*.

Sanchez, B. (2016). Las MYPES en Peru. Su importancia y propuesta tributaria. *Quipukamayoc*, 13(25), 127–131.

Santivañez, M. O. J. (2017). Análisis de la mejora de la gestión de compra en las grandes empresas comercializadoras de prendas de vestir en Lima. Propuesta de mejora en la empresa Trading Fashion Line S.A. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*.

Tassano, H. (2019). Continuidad de inversiones asegura el crecimiento del sector. El próximo año se inaugurarán cinco centros comerciales con una inversión de casi US\$200 millones. *Camara Lima*.

Thompson, H. (2016). ¿¿Quién se ha llevado a mi cliente?? *Estrategias clave para fidelizar a los clientes* (G. E. Patria (ed.)).

Torres, Santa Cruz, E. M. (2018). Impacto De La Gestión De Calidad En El Rendimiento Organizacional De Empresas Bolivianas. *Investigacion & Desarrollo*, 8(1), 65–73. <https://doi.org/10.23881/idupbo.008.1-4e>

Torres, G. C. A. (2018). *Gestión de la atención al cliente/consumidor* (I. Editorial (ed.)).

Torres, P. L. (2020). Perú Moda y Perú Moda Deco impulsarán negocios de pymes con empresas

de 5 continentes. *Agencia Peruana de Noticias*.

Uchofen, carrión J. (2019). Servicio En Un Retail Homecenter Utilizando La Metodología Rsqs ( Retail Service Quality Scale ). *Universidad Nacional de Piura*.

ULADECH. (2019). Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH Católica, de fecha 16 de agosto del 2019. *CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN VERSIÓN 002*, 1–7.

Vaquero, G. J. (2016). *Cuaderno del alumno: recepción y atención al cliente (MF0264\_3). Recepción en alojamientos (HOTA0308)* (S. L. Editorial CEP (ed.)).

Vásquez, P. de E. Z. J. (2019). Gestión de calidad y eficacia en los procesos administrativos de las mypes del sector comercial, bazar de ropa y accesorios para damas, distrito de Iquitos, año 2019. *Universidad Católica Los Angeles de CHimbote*, 0–2.

Veliz, C. S. M. (2015). Plan de negocios para una tienda virtual de ropa y accesorios femeninos con asesoramiento de imagen para el año 2015. *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*, 1–125.

Vergara, S. F. (2019). Tecnología en el Retail: Tendencias y desafíos en el mercado global. *Perú Retail*.

Vizcarra, C. M. (2019). Qué significa MIPYMES. *Certus*.

Zambrano, C. G. L. (2015). “ Plan de negocios para la comercialización online de ropa infantil personalizada que fomente la producción artesanal en la ciudad de Guayaquil .” *Universidad*

*Catolica de Santiago de Guayaquil.*

Zapatero, Á. A. I. (2016). *Información y atención al cliente-consumidor usuario (MF0241\_2)* (S. L. Editorial CEP (ed.)).

Zara, F. F. (2017). Crecimiento del retail en el Perú. *Mercado Negro*.



## 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable			
(Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones	0.5	500	S/250.00
• Fotocopias	0.1	300	S/30.00
• Empastado	2	35	S/70.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	17	2	S/34.00
□			S/0.00
<b>Servicios</b>			
• Uso de Turnitin	50	2	S/100.00
<b>Sub total</b>			S/484.00
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información			S/500.00
<b>Sub total</b>			S/984.00

Total de	presupuesto desembolsable				
<b>Presupuesto no desembolsable</b> (Universidad)					
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)		
<b>Servicios</b>					
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	S/120.00		
• Búsqueda de información en base de datos	35	2	S/70.00		
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40	4	S/160.00		
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	S/50.00		
<b>Sub total</b>			S/400.00		
<b>Recurso humano</b>					
• Asesoría personalizada (5 horas por	63	4	S/252.00		

semana)			
<b>Sub total</b>			S/252.00
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			S/652.00
<b>Total (S/.)</b>			S/2,725.00

### 3. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS COLABORADORES**

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas que tiene por objetivo la recopilación de información, que presenta fines relativamente académicos, en este caso la realización de mi tesis universitaria. Considerando a la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana. Como una de las seleccionadas para dicho trabajo; esperando contar con sincero apoyo.

El cuestionario tiene por objetivo: Determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

**MARCAR CON UNA X LA RESPUESTA QUE CONSIDERA LA CORRECTA**

N	PREGUNTA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
<b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>						
1	¿La empresa a creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades?					
2	¿El propietario crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos de la empresa?					
3	¿La gestión de calidad le permite el buen desenvolvimiento del personal?					
4	¿La empresa busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos?					
5	¿La empresa ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio?					
6	¿El propietario implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa?					
7	¿El propietario toma decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto plazo?					
8	¿La empresa ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad?					
9	¿La gestión de calidad le permite mejorar la imagen y marca de la empresa?					
10	¿La gestión de calidad le permite ofrecer productos de excelente calidad?					

11	¿El personal se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente?					
12	¿Los costos que brindan la empresa son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes?					
13	¿La empresa se preocupan que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo para que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes?					
14	¿La empresa cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente?					
15	¿En la empresa existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la empresa?					

**Muchas gracias por su colaboración.**

**Sullana, noviembre del 2019.**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES**

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas que tiene por objetivo la recopilación de información, que presenta fines relativamente académicos, en este caso la realización de mi tesis universitaria. Considerando a la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana. Como una de las seleccionadas para dicho trabajo; esperando contar con sincero apoyo.

El cuestionario tiene por objetivo: Determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019.

**MARCAR CON UNA X LA RESPUESTA QUE CONSIDERA LA CORRECTA**

N	PREGUNTA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>						
16	¿Usted está satisfecho con el amplio y moderna infraestructura de la empresa?					
17	¿El personal le recibe con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa?					
18	¿El personal le brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos?					
19	¿Usted confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa?					
20	¿El personal le da la razón ya que su atención está basada en la calidad?					
21	¿El personal tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios?					
22	¿El personal de atención al cliente brinda un trato amable y respetuoso?					
23	¿El personal muestra capacidad de autocontrol ante una queja o problema con algún producto?					
24	¿La empresa muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda?					
25	¿Considera que existe una comunicación fluida con el personal al momento de solicitar un producto en especial?					
26	¿El personal de caja muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto?					
27	¿Considera que el personal es ágil y eficiente en sus actividades diarias?					

28	¿Puede visualizar que el personal trabaja en equipo con sus compañeros?					
29	¿El personal ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto?					
30	¿El personal muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen?					
31	¿La cajera tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito?					

**Muchas gracias por su colaboración.**

**Sullana, noviembre del 2019.**

#### 4. Análisis de confiabilidad

"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

DOCENTE A CARGO: MG. DARWIN MACCOLL PRIMERO LLACSAGUACHE CALLE

ESPECIALIDAD: ESTADISTICO

COLEGIADO: COESPE N°675

**Validez y Confiabilidad:**

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 20 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

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



MG. DARWIN MACCOLL PRIMERO LLACSAGUACHE CALLE  
Estadístico  
COESPE: 675

**ANEXO N° 01**  
**ESTADÍSTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LAS**  
**PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y**  
**ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA TIENDA DAMARIS ACCESORIOS E.I.R.L. EN**  
**LA PROVINCIA DE SULLANA, AÑO 2019.**

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P01	2.25	0.33	0.95
P02	1.60	0.75	0.98
P03	2.70	0.90	0.98
P04	2.55	0.39	0.95
P05	1.35	0.59	0.91
P06	2.05	0.89	1.00
P07	2.95	0.19	0.90
P08	1.70	0.03	0.88
P09	1.45	0.69	0.94
P10	2.30	0.30	0.93
P11	2.70	0.30	0.99
P12	2.65	0.42	0.80
P13	1.35	0.59	0.93
P14	2.55	0.39	0.90
P15	1.35	0.49	0.96
P16	2.45	0.43	0.99
P17	1.80	0.06	0.93
P18	2.15	0.81	0.91
P19	1.75	0.97	0.86
P20	1.85	0.14	0.98
P21	1.80	0.89	0.89
P22	2.50	0.28	0.95
P23	1.80	0.01	0.97
P24	1.70	0.86	0.93
P25	2.55	0.28	0.99
P26	2.90	0.07	0.99
P27	2.65	0.42	0.98
P28	1.30	0.57	0.91
P29	2.50	0.40	0.95
P30	2.45	0.43	0.99
P31	2.05	0.89	0.98

  
**MSC DAMARIS ACCESORIOS E.I.R.L.**  
 Estadístico  
 COE-SP. 673

**ESTADÍSTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA TIENDA DAMARIS ACCESORIOS E.I.R.L. EN LA PROVINCIA DE SULLANA, AÑO 2019.**

<b>Nº preguntas</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>
<b>31</b>	<b>0.942</b>

Podemos determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 94.2% de confiabilidad con respecto a 31 preguntas del cuestionario.



**DR. DAMARIS ACCESORIOS E.I.R.L.**  
Estadístico  
COESPE: 675

## 5. Cuadro de resultados

PR	Variable	Dimensiones	OE// INDICADORES	Items	RESULTADOS POR PORCENTAJES		
			Primer OE		NUNCA	A VECES	SIEM PRE
1	Gestión de Calidad	Principios de la gestión de calidad	Enfoque al cliente	¿La empresa a creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades?	63%	31%	6%
2			Liderazgo	¿El propietario crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos de la empresa?	6%	75%	19%
3			Implicación de todo el personal	¿La gestión de calidad le permite el buen desenvolvimiento del personal?	6%	25%	69%
4			Enfoque de proceso	¿La empresa busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos?	6%	13%	81%
5			Enfoque de sistema a la gestión	¿La empresa ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio?	81%	13%	6%
6			Mejora continua	¿El propietario implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa?	0%	19%	81%
7			Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones	¿El propietario toma decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto plazo?	19%	6%	75%
8			Relación de mutuo beneficio con proveedores	¿La empresa ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad?	6%	6%	88%
					Segundo OE		

9	Beneficios de la gestión de calidad	Potenciar la imagen	¿La gestión de calidad le permite mejorar la imagen y marca de la empresa?	13%	6%	81%
10		Mejorar la calidad de los productos	¿La gestión de calidad le permite ofrecer productos de excelente calidad?	0%	19%	81%
11		Mejora el sistema de trabajo	¿El personal se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente?	69%	6%	25%
12		Incrementar la satisfacción de los clientes	¿Los costos que brindan la empresa son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes?	13%	6%	81%
13		Incrementar la satisfacción y motivación del personal	¿La empresa se preocupan que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo para que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes?	6%	13%	81%
14		Intercambio de conocimientos how know	¿La empresa cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente?	63%	31%	6%
15		Simplificar la interacción y comunicación	¿En la empresa existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la empresa?	13%	56%	31%

PR	Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	RESULTADOS POR PORCENTAJES		
					NUNCA	A VECES	SIEMPRE
			<b>Tercer OE</b>				
16	Atención al Cliente	Claves esenciales de la atención al cliente	Satisfacción del cliente	¿Usted está satisfecho con el amplio y moderna infraestructura de la empresa?	25%	7%	68%
17			Ser cortés	¿El personal le recibe con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa?	19%	31%	50%
18			Los clientes no se juzgan	¿El personal le brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos?	25%	59%	16%
19			Cientes autónomos	¿Usted confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa?	10%	21%	69%
20			El cliente tiene la palabra	¿El personal le da la razón ya que su atención está basada en la calidad?	12%	57%	31%
21			Adaptarse a cada cliente	¿El personal tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios?	15%	10%	75%
			<b>Cuarto OE</b>				
22		Cualidades del personal de atención al cliente	Ser educado y respetuoso	¿El personal de atención al cliente brinda un trato amable y respetuoso?	3%	16%	81%
23			Tener una gran capacidad de autocontrol	¿El personal muestra capacidad de autocontrol ante una queja o problema con algún producto?	7%	75%	18%
24			Ser positivo	¿La empresa muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda?	10%	15%	75%
25	Saber escuchar y ser un buen comunicador		¿Considera que existe una comunicación fluida con el personal al momento de solicitar un producto en especial?	10%	72%	18%	

26		Ser empático	¿El personal de caja muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto?	1%	15%	84%
27		Ser ágil	¿Considera que el personal es ágil y eficiente en sus actividades diarias?	22%	47%	31%
28		Saber trabajar en equipo	¿Puede visualizar que el personal trabaja en equipo con sus compañeros?	21%	7%	72%
29		Ser diligente y resolutivo	¿El personal ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto?	22%	3%	75%
30		Conocer bien el servicio y la empresa	¿El personal muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen?	22%	12%	66%
31		Manejar bien las herramientas tecnológicas	¿La cajera tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito?	15%	6%	79%

## 6. Libro de códigos

Colaboradores	GC1	GC2	GC3	GC4	GC5	GC6	GC7	GC8	GC9	GC10	GC11	GC12	GC13	GC14	GC15
1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1
3	1	2	2	2	1	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2
4	1	2	2	3	1	3	2	3	3	3	1	3	3	1	2
5	1	2	2	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	2
6	1	2	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	2
7	1	2	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	2
8	1	2	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	2
9	1	2	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	2
10	1	2	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	2
11	2	2	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	2	2
12	2	2	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
13	2	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
14	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
15	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Porcentajes	1 = 63%	1 = 6%	1 = 6%	1 = 6%	1 = 81%	1 = 0%	1 = 19%	1 = 6%	1 = 13%	1 = 0%	1 = 69%	1 = 13%	1 = 6%	1 = 63%	1 = 13%
	2 = 31%	2 = 75%	2 = 25%	2 = 13%	2 = 13%	2 = 19%	2 = 6%	2 = 6%	2 = 6%	2 = 19%	2 = 6%	2 = 6%	2 = 13%	2 = 31%	2 = 56%
	3 = 6%	3 = 19%	3 = 19%	3 = 81%	3 = 6%	3 = 81%	3 = 75%	3 = 88%	3 = 81%	3 = 81%	3 = 25%	3 = 81%	3 = 81%	3 = 6%	3 = 31%

Cliente	AC1	AC2	AC3	AC4	AC5	AC6	AC7	AC8	AC9	AC10	AC11	AC12	AC13	AC14	AC15	AC16
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1
8	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
9	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1
10	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
11	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2
12	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	2
13	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	2
14	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	1	1	2
15	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	1	3
16	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3
17	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3
18	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3
19	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3
20	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3
21	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3
22	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3
23	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3
24	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
25	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
26	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
27	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
28	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
29	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
30	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
31	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
32	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
33	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
34	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
35	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
36	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
37	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
38	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
39	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
40	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
41	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
42	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
43	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
44	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
45	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
46	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
47	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
48	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
49	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
50	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
51	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
52	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
53	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
54	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
55	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
56	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
57	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Porcentajes	1 = 25% 2 = 7% 3 = 68%	1 = 19% 2 = 31% 3 = 50%	1 = 25% 2 = 59% 3 = 16%	1 = 10% 2 = 21% 3 = 79%	1 = 12% 2 = 57% 3 = 31%	1 = 15% 2 = 10% 3 = 51%	1 = 3% 2 = 16% 3 = 81%	1 = 7% 2 = 75% 3 = 18%	1 = 10% 2 = 15% 3 = 75%	1 = 10% 2 = 72% 3 = 18%	1 = 1% 2 = 15% 3 = 84%	1 = 22% 2 = 47% 3 = 31%	1 = 21% 2 = 7% 3 = 72%	1 = 22% 2 = 3% 3 = 75%	1 = 22% 2 = 12% 3 = 66%	1 = 15% 2 = 6% 3 = 79%

## 7. Validación del instrumento

  
**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**  
**DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN**  
**JUICIO DE EXPERTOS**

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

“Gestión de calidad y Atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019”, presentado por la estudiante universitaria Chuyes Palacios, Erika Beatriz de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:

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

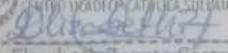
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	VARIABLE DE GESTIÓN DE CALIDAD								
1° OE	a) Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tiana Damaris Accesorios E.I.R.L., en la provincia de Suflana, año 2019								
1	¿La empresa a creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades?	✓		✓		✓		✓	
2	¿El propietario crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos de la empresa?	✓		✓		✓		✓	
3	¿La gestión de calidad le permite el buen desenvolvimiento del personal?	✓		✓		✓		✓	
4	¿La empresa busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos?	✓		✓		✓		✓	
5	¿La empresa ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio?	✓		✓		✓		✓	
6	¿El propietario implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa?	✓		✓		✓		✓	
7	¿El propietario toma decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto	✓		✓		✓		✓	

	plazo?	✓	✓	✓	✓
8	¿La empresa ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad?	✓	✓	✓	✓
2º OE	b) Conocer los beneficios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019				
9	¿La gestión de calidad le permite mejorar la imagen y marca de la empresa?	✓	✓	✓	✓
10	¿La gestión de calidad le permite ofrecer productos de excelente calidad?	✓	✓	✓	✓
11	¿El personal se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente?	✓	✓	✓	✓
12	¿Los costos que brindan la empresa son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes?	✓	✓	✓	✓
13	¿La empresa se preocupan que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo para que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes?	✓	✓	✓	✓
14	¿La empresa cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente?	✓	✓	✓	✓
15	¿En la empresa existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la empresa?	✓	✓	✓	✓


 UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ  
 FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN SULLANA  
 Mgtr. Elizabeth Zapata Castro  
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	VARIABLE DE ATENCIÓN AL CLIENTE								
3º OE	e) Describir las claves esenciales de la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019								
16	¿Usted está satisfecho con el amplio y moderna infraestructura de la empresa?	✓		✓		✓		✓	
17	¿El personal le recibe con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa?	✓		✓		✓		✓	
18	¿El personal le brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos?	✓		✓		✓		✓	
19	¿Usted confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa?	✓		✓		✓		✓	
20	¿El personal le da la razón ya que su atención está basada en la calidad?	✓		✓		✓		✓	
21	¿El personal tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios?	✓		✓		✓		✓	
4º OE	d) Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019								
22	¿El personal de atención al cliente brinda un trato amable y respetuoso?	✓		✓		✓		✓	
23	¿El personal muestra capacidad de autocontrol ante una queja o	✓		✓		✓		✓	

	problema con algún producto?	/	/	/	/	
24	¿La empresa muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda?	/	/	/	/	
25	¿Considera que existe una comunicación fluida con el personal al momento de solicitar un producto en especial?	/	/	/	/	
26	¿El personal de caja muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto?	/	/	/	/	
27	¿Considera que el personal es ágil y eficiente en sus actividades diarias?	/	/	/	/	
28	¿Puede visualizar que el personal trabaja en equipo con sus compañeros?	/	/	/	/	
29	¿El personal ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto?	/	/	/	/	
30	¿El personal muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen?	/	/	/	/	
31	¿La cajera tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito?	/	/	/	/	


 UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE  
 CENTRO UCADI CAYALMA SUEBIA  
  
 Mgtr. Elizabeth Zapata Castro  
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

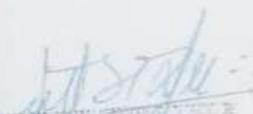
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

**JUICIO DE EXPERTOS**

Yo, Guillermo Jefferson Tumbán Ramos, con cédula de colegiatura 055861, con profesión Administrador y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con

como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

“Gestión de calidad y Atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019”, presentado por la estudiante universitaria Chuyes Palacios, Erika Beatriz de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:

  
 U.E. Adm. Guzmán, U. Católica Los Ángeles de Chimbote  
 PROF. JUNC. CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 RUC Nº 10078603482

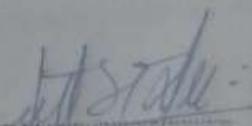
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso equívoco?		¿Se necesita más datos para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	VARIABLE DE GESTIÓN DE CALIDAD								
1° (3)	si identificar los principios de la gestión de calidad en la Unidad Docente Assessment E.L.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019								
1	¿La empresa a creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades?	✓		✓		✓		✓	
2	¿El propietario crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos de la empresa?	✓		✓		✓		✓	
3	¿La gestión de calidad le permite el buen desenvolvimiento del personal?	✓		✓		✓		✓	
4	¿La empresa busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos?	✓		✓		✓		✓	
5	¿La empresa ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio?	✓		✓		✓		✓	
6	¿El propietario implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa?	✓		✓		✓		✓	
7	¿El propietario toma decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto	✓		✓		✓		✓	

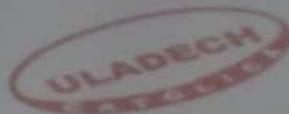
	plazo?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8	¿La empresa ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2º OE	b) Conocer los beneficios de la gestión de calidad en la Tienda Damarta Accesorios C.I.B.L. en la provincia de Suñara, año 2019				
9	¿La gestión de calidad le permite mejorar la imagen y marca de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10	¿La gestión de calidad le permite ofrecer productos de excelente calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11	¿El personal se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12	¿Los costos que brinda la empresa son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13	¿La empresa se preocupan que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo para que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14	¿La empresa cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15	¿En la empresa existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>


  
 U.C. ALM. GUSTAVO G. GARCÍA
   
 INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS
   
 IIVIC
   
 CALLE DE LA UNIVERSIDAD
   
 CENFUEGOS, CUBA
   
 CP 50100
   
 TEL: (52) 71 611111
   
 FAX: (52) 71 611111
   
 E-MAIL: iivic@iivic.cu
   
 WWW.IIVIC.CU

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS										
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso-aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?		
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE DE ATENCIÓN AL CLIENTE										
3º OE	c) Describir las claves esenciales de la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019									
16	¿Usted está satisfecho con el amplio y moderna infraestructura de la empresa?	✓		✓		✓		✓		
17	¿El personal le recibe con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa?	✓		✓		✓		✓		
18	¿El personal le brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos?	✓		✓		✓		✓		
19	¿Usted confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa?	✓		✓		✓		✓		
20	¿El personal le da la razón ya que su atención está basada en la calidad?	✓		✓		✓		✓		
21	¿El personal tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios?	✓		✓		✓		✓		
4º OE	d) Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019									
22	¿El personal de atención al cliente brinda un trato amable y respetuoso?	✓		✓		✓		✓		
23	¿El personal muestra capacidad de autocontrol ante una queja o	✓		✓		✓		✓		

	problema con algún producto?	/	/	/	/
24	¿La empresa muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda?	/	/	/	/
25	¿Considera que existe una comunicación fluida con el personal al momento de solicitar un producto en especial?	/	/	/	/
26	¿El personal de caja muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto?	/	/	/	/
27	¿Considera que el personal es ágil y eficiente en sus actividades diarias?	/	/	/	/
28	¿Puede visualizar que el personal trabaja en equipo con sus compañeros?	/	/	/	/
29	¿El personal ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto?	/	/	/	/
30	¿El personal muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen?	/	/	/	/
31	¿La cajera tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito?	/	/	/	/

  
 Lic. Adm. GUSTAVO RIVERA  
 CARRILLO, JUAN CARLOS RAJAS  
 SAC DE SERVICIO AL CLIENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Carlos David Ramos Rojas, con cédula de colegiatura 03509, con profesión Administrador y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con

como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

"Gestión de calidad y Atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019", presentado por la estudiante universitaria Chuyes Palacios, Erika Beatriz de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:

  
 MSc. ACTU. LING. Carlos David Ramos Rojas  
 DOCENTE TUTOR ULADECH  
 CLAD 03509

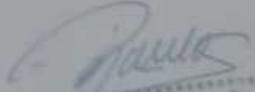
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o sesgado?		¿Se necesita más datos para validar el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	<b>VARIABLE DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>								
1º OE	aj) Identificar los principios de la gestión de calidad en la Tienda Damaris Asociados E.I.R.L. en la provincia de Sucre, año 2019.								
1	¿La empresa a creado un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades?	✓		✓		✓		✓	
2	¿El propietario crea el ambiente en el cual el personal se involucra en el logro de los objetivos de la empresa?	✓		✓		✓		✓	
3	¿La gestión de calidad le permite el buen desenvolvimiento del personal?	✓		✓		✓		✓	
4	¿La empresa busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos?	✓		✓		✓		✓	
5	¿La empresa ha diseñado un sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua en los productos vendidos y en la prestación del servicio?	✓		✓		✓		✓	
6	¿El propietario implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa?	✓		✓		✓		✓	
7	¿El propietario toma decisiones según sus percepciones y tienen una característica de corto	✓		✓		✓		✓	

	plazo?	/	/	/	/
8	¿La empresa ha desarrollado alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad?	/	/	/	/
2º OE	b) Conocer los beneficios de la gestión de calidad en la Tierra Damaris Accesorios F.I.R.L. en la provincia de Sulana, año 2019				
9	¿La gestión de calidad le permite mejorar la imagen y marca de la empresa?	/	/	/	/
10	¿La gestión de calidad le permite ofrecer productos de excelente calidad?	/	/	/	/
11	¿El personal se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente?	/	/	/	/
12	¿Los costos que brindan la empresa son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes?	/	/	/	/
13	¿La empresa se preocupan que su personal se sienta cómodo al trabajar sobre todo para que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes?	/	/	/	/
14	¿La empresa cuenta con un programa de capacitaciones que motive a los colaboradores a instruirse y así prestar un mejor servicio al cliente?	/	/	/	/
15	¿En la empresa existe el nivel de comunicación y la claridad de las jerarquías y funciones entre los miembros de la empresa?	/	/	/	/

  
 MSc. CIV. ENG. Carlos David Ramos Torres  
 DOCENTE TUTOR ULADECH  
 CLAD 3339

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	VARIABLE DE ATENCIÓN AL CLIENTE								
3º OE	c) Describir las claves esenciales de la atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019								
16	¿Usted está satisfecho con el amplio y moderna infraestructura de la empresa?	✓		✓		✓		✓	
17	¿El personal le recibe con una sonrisa sincera y con respeto cuando llega a la empresa?	✓		✓		✓		✓	
18	¿El personal le brinda una atención adecuada ante quejas o reclamos?	✓		✓		✓		✓	
19	¿Usted confía plenamente en los servicios que ofrece la empresa?	✓		✓		✓		✓	
20	¿El personal le da la razón ya que su atención está basada en la calidad?	✓		✓		✓		✓	
21	¿El personal tiene un adecuado tono de voz al momento que le brinda sus servicios?	✓		✓		✓		✓	
4º OE	d) Identificar las cualidades del personal de atención al cliente en la Tienda Damaris Accesorios E.I.R.L. en la provincia de Sullana, año 2019								
22	¿El personal de atención al cliente brinda un trato amable y respetuoso?	✓		✓		✓		✓	
23	¿El personal muestra capacidad de autocontrol ante una queja o	✓		✓		✓		✓	

	problema con algún producto?	/	/	/	/
24	¿La empresa muestra un impacto positivo en las ventas de accesorios con asesoramiento de moda?	/	/	/	/
25	¿Considera que existe una comunicación fluida con el personal al momento de solicitar un producto en especial?	/	/	/	/
26	¿El personal de caja muestra empatía al momento de realizar el cobro del producto?	/	/	/	/
27	¿Considera que el personal es ágil y eficiente en sus actividades diarias?	/	/	/	/
28	¿Puede visualizar que el personal trabaja en equipo con sus compañeros?	/	/	/	/
29	¿El personal ofrece comprensión y simpatía al momento de entregarle el producto?	/	/	/	/
30	¿El personal muestra conocimiento de los productos y servicios que ofrecen?	/	/	/	/
31	¿La cajera tiene conocimiento del manejo de POS para facilitar los pagos ya sea con tarjetas de crédito o débito?	/	/	/	/

  
 MSc. AYM. S.M. Carolina Diana Ramos Rojas  
 DOCENTE TUTOR ULADECH  
 CLAD 93599

## 8. Turnitin

**Mis entregas**

Sección 1

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Informe final - Revista Turnitin - Sección 1	7 nov 2020 - 18:00	14 nov 2020 - 23:58	7 nov 2020 - 18:00

**Resumen**  
 Estimado estudiante, en esta semana debes:

- En un solo archivo se debe considerar: introducción, revisión de la literatura (sin antecedentes), resultados y el análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones (si las hubiera), el cual deberá cumplir con la Política del servicio antiplagio (máximo porcentaje de similitud: 10%).

**Nota:** Recuerde que los trabajos no entregados en la fecha programada serán calificados con una nota 00.

Actualizar entregas

Trabajo de la Entrega	Identificador del Trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud
Ver estado digital	Informe	14/11/2020 18:19	10%

Área personal

- Inicio del sitio
- Página de inicio
- Mis cursos
- DNP20200111742B
- DNP20200111741A
- Participantes
- Insignias
- Competencias
- Calificaciones
- General
- Semana 1
- Semana 2
- Semana 3
- Semana 4
- Semana 5
- Semana 6
- Semana 7
- Semana 8
- Semana 9
- Criterios de evaluación de la Unidad

## 9. Consentimiento informado



"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional".

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE (ULADECH católica)**

**Instituto de Investigación (IIU)**

**La Gestión de Calidad y Atención al cliente en la tienda "Damaris"  
accesorios ubicada en la provincia de Sullana, Año 2019.**

**Investigador principal:** Erika Beatriz Chuyes Palacios (Universidad Católica  
los Ángeles de Chimbote)

Mgtr. Carlos David Ramos Rosas (Universidad Católica  
los Ángeles de Chimbote)

**Fecha de Versión:** 09 de abril, 2019 (Versión 1.0)

---

*Detalles e  
indicaciones:*

Estimado Empresario,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de:  
Determinar las características de la gestión de calidad y Atención al cliente  
en la tienda Damaris accesorios ubicada en la provincia de Sullana, año  
2019. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del  
estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente  
estudio. Luego de haber aceptado participar, procederá a llenar la  
siguiente encuesta, en ella solo debe llenar los cuadros vacíos y marcar la  
opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su  
participación.



"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional".

### **Consentimiento Informado**

#### **Propósito del proyecto de investigación**

El propósito de este estudio es Determinar las características de la gestión de calidad y Atención al cliente en la tienda Damaris accesorios, Provincia de Sullana, año 2019.

#### **¿Por qué le pedimos participar?**

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de Calidad y Atención al cliente en la tienda Damaris de la provincia de Sullana.

#### **Procedimientos**

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

#### **Riesgos/molestias**

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

#### **Beneficios**

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la Gestión de Calidad y Atención al cliente, en la tienda de accesorios de la provincia de Sullana, año 2019.

**Pago por participación**

La participación en este estudio es completamente voluntaria. No recibes ningún pago por tu participación.

**Protegiendo la confidencialidad de los datos**

Toda la información recogida en este estudio será manejada con estricta confidencialidad. Aunque se colectará en nombre y de la NIVT para propósitos del estudio, no los usaremos públicamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos protegidas con contraseñas. Tu nombre no será identificable en que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.





"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

**Compartido su información con otros**

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

**¿A quién debo llamar si tengo dudas o problemas?**

- Llame al investigador principal, Erika Beatriz Chuyes Palacios al teléfono 947892722 o al Mgr. Carlos David Ramos Rosas al teléfono 955943115 sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.
- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH católica. Contáctese al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación. La información del Comité Institucional de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Niappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH católica

Teléfono: (+51043) 327-933. E-mail: [cgorriti@gmail.com](mailto:cgorriti@gmail.com)

**Declaración del participante**

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

Doy permiso a los investigadores para:

• Usar la información colectada en este estudio

Sí -

No



"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional".

Sullana, abril del 2019.

Oficio N.º 001-144 - 2018 DTI ULADECH/DRD

Señora: PILLACA MELGAREJO JACQUELINE VIRGINIA  
Gerente de la MYPE Damaris accesorios, provincia de Sullana.

Asunto: Solicitud de Permiso.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar las características de la Gestión de calidad y Atención al cliente en la tienda Damaris accesorios, provincia de Sullana, año 2019, ubicada en la provincia de Sullana, año 2019. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, procederá a llenar la siguiente encuesta, en ella solo debe llenar los cuadros vacíos y marcar la opción que corresponda a su respuesta. Agradecemos de antemano su participación.

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

Dios Guarde a Ud.