

---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE  
DEL SECTOR COMERCIO DEL PERU: CASO  
EMPRESA RENATO J&J E.I.R.L –SATIPO, 2020**

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

**AUTOR**

**TORRES MEJIA, RUSBEL BRYAN  
ORCID: 0000-0003-4110-9443**

**ASESORA**

**PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ**

**ORCID: 0000-0001-8823-2655**

**SATIPO – PERÚ**

**2020**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Torres Mejia, Rusbel Bryan

**ORCID:** 0000-0003-4110-9443

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

### **ASESORA**

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

**ORCID:** 0000-0001-8823-2655

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

### **JURADO**

Vilela Vargas, Víctor Hugo

**ORCID:** 0000 -0003-2027-6920

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

**ORCID:** 0000-0001-8071-8327

Espinoza Otoyá, Víctor Hugo

**ORCID:** 0000-0002-7260-5581

## **FIRMA DE JURADO Y ASESOR**

Mgtr. Víctor Hugo, Vilela Vargas

ORCID: 0000 -0003-2027-6920

### **Presidente**

Mgtr. Carmen Rosa Azabache Arquinio

ORCID: 0000-0001-8071-8327

### **Miembro**

Mgtr. Víctor Hugo Espinosa Otoyá

ORCID: 0000-0002-7260-5581

### **Miembro**

Dra. Mercedes Reneé, Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

### **Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

A mis familiares por ayudarme y guiarme por un buen camino,  
para poder salir adelante en mis estudios, de igual manera,  
todo el agradecimiento a mis docentes tutores por orientarme  
en la realización de este trabajo de investigación.

## **DEDICATORIA**

A Dios y a mi padre que me ayudo y alentó para  
seguir con mis estudios.

A mis familiares y amigos más cercanos que me  
aconsejaron día a día en cómo llevar mi  
carrera adelante.

## RESUMEN

El objetivo de esta investigación se centró en determinar la relación que tiene la gestión de la calidad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L –Satipo. La siguiente investigación se desarrolló con la siguiente metodología: de tipo cuantitativo, no experimental de corte transversal, nivel correlacional, de tal modo se aplicó un cuestionario que constaba de 20 preguntas plasmadas en una encuesta, posteriormente se obtuvo los siguientes resultados, se determinó a través de la significancia el porcentaje de error de 1% el cual está por debajo del 5%, por lo tanto, se afirma que existe una relación positiva fuerte entre ambas variables.

Después de correlacionar las variables y dimensiones, se determinó los siguientes resultados, la significancia del segunda hipótesis fue de un error de 0,011, por lo tanto existe una relación positiva entre la D1 gestión empresarial y la V2 atención al cliente aceptando la hipótesis planteada por el investigador, Posteriormente se determinó la significancia de la segunda hipótesis con un error de 0,002, por lo tanto, se logró conocer la relación entre la D2 estructura organizacional y la V2 atención al cliente aceptando la hipótesis planteada por el investigador

Palabras clave: gestión, calidad, cliente.

## **ABSTRACT**

The objective of this research was focused on determining the relationship between quality management and customer service of micro and small companies in the Peruvian commerce sector: case of the company Renato J&J E.I.R.L –Satipo. The following research was developed with the following methodology: quantitative, non-experimental, cross-sectional, correlational level, in such a way a questionnaire was applied that consisted of 20 questions reflected in a survey, later the following results were obtained, it was determined to Through the significance the percentage of error of 1% which is below 5%, therefore, it is affirmed that there is a strong positive relationship between both variables.

After correlating the variables and dimensions, the following results were determined, the significance of the second hypothesis was an error of 0.011, therefore there is a positive relationship between D1 business management and V2 customer service, accepting the hypothesis raised by the Researcher, Subsequently the significance of the second hypothesis was determined with an error of 0.002, therefore, it was possible to know the relationship between D2 organizational structure and V2 customer service, accepting the hypothesis raised by the researcher

Keywords: management, quality, customer.

## CONTENIDO

FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
CONTENIDO .....	viii
INDICE DE TABLAS Y GRAFICOS.....	viii
I INTRODUCCIÓN .....	1
II REVISIÓN de la literatura .....	4
II.1 Antecedentes .....	4
II.2 Bases teóricas.....	13
II.2.1 Gestión de calidad.....	13
II.2.2 Atención al cliente .....	16
III Hipótesis .....	18
IV METODOLOGÍA .....	19
IV.1 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN DE LA TESIS .....	19
IV.2 TIPO DE LA INVESTIGACION.....	19
IV.3 Diseño de la investigación .....	19
IV.4 El universo y muestra.....	20
IV.5 Definición y operacionalización de variables .....	21
IV.6 Técnicas e instrumentos .....	25
IV.7 Plan de análisis.....	25
IV.8 Matriz de consistencia.....	26
IV.9 Principios éticos .....	28
V RESULTADOS.....	29
V.1 RESULTADOS DESCRIPTIVOS.....	29
V.1.1 RESULTADOS INFERENCIALES .....	53
V.2 ANALISIS DE RESULTADOS .....	60
VI CONCLUSION .....	62
VII RECOMENDACIONES .....	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65
ANEXOS .....	69
Instrumento de recolección de datos .....	69
VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS .....	70



## INDICE DE TABLAS Y GRAFICOS

<b>Tabla 1</b> Alfa de Cronbach .....	25
<b>Tabla 2</b> Distribucion de frecuencia sobre el análisis de la gestión de recursos empresariales. ....	29
<b>Tabla 3</b> Distribucion de frecuencia sobre la Satisfacción de necesidades con los productos brindados. ....	30
<b>Tabla 4</b> Distribucion de frecuencia de la necesidad de analizar la gestión de recursos empresariales. ....	31
<b>Tabla 5</b> Tabla de distribución de la necesidad de evaluar la gestión de procesos empresariales. ....	32
<b>Tabla 6</b> Distribucion de frecuencia sobre si se evalúan la gestión de procesos empresariales. ....	34
<b>Tabla 7</b> Distribucion de frecuencia sobre la eficiencia de la estrategia de la empresa. ....	35
<b>Tabla 8</b> Distribucion de frecuencia sobre si es una estrategia correcta bajar los precios. ....	36
<b>Tabla 9</b> Distribucion de frecuencia sobre si ofrecen un servicio de calidad en la empresa. ....	37
<b>Tabla 10</b> Distribucion de frecuencia sobre si le falta un servicio de calidad en la empresa. ....	38
<b>Tabla 11</b> Distribucion de frecuencia sobre si la productividad de la empresa es la correcta. ....	39
<b>Tabla 12</b> Distribucion de frecuencia sobre la necesidad de la adquisición de más productos en la empresa. ....	40
<b>Tabla 13</b> Distribucion de frecuencia sobre si se tiene una buena comunicación con los clientes. ....	42
<b>Tabla 14</b> Distribucion de frecuencia sobre el manejo de conducta que tienen los trabajadores. ....	43
<b>Tabla 15</b> Distribucion de frecuencia sobre el conocimiento que tienen los trabajadores sobre los productos que ofrecen. ....	44
<b>Tabla 16</b> Distribucion de frecuencia sobre si los trabajadores tienen buenos hábitos de atención. ....	45
<b>Tabla 17</b> Distribucion de frecuencia sobre si los trabajadores actúan de manera correcta con los clientes. ....	46
<b>Tabla 18</b> Distribucion de frecuencia sobre si los trabajadores son experimentados en la atención al cliente. ....	48
<b>Tabla 19</b> Distribucion de frecuencia sobre si los trabajadores usan el sentido común al momento de la atención. ....	49
<b>Tabla 20</b> Distribucion de frecuencia si tienen una correcta capacidad de atención los trabajadores. .....	50
<b>Tabla 21</b> Distribucion de frecuencia sobre si los trabajadores están capacitados para desarrollar sus labores. ....	51
<b>Tabla 22</b> Significancia del coeficiente de correlación .....	53
<b>Tabla 23</b> Correlación entre la V1 Gestión de calidad y V2 Atención al cliente .....	53
<b>Tabla 24</b> Correlación entre la D1 Gestión empresarial y la V2 Atención al Cliente .....	55
<b>Tabla 25</b> Correlación entre la estructura organizacional y la atención al cliente .....	58

<b>figura 1</b> análisis de la gestión de recursos empresariales. ....	29
<b>figura 2</b> Satisfacción de necesidades con los productos brindados. ....	30
<b>figura 3</b> necesidad de analizar la gestión de recursos empresariales. ....	32
<b>figura 4</b> Tabla de distribución de la necesidad de evaluar la gestión de procesos empresariales. ...	33
<b>figura 5</b> se evalúan la gestión de procesos empresariales. ....	34
<b>figura 6</b> la eficiencia de la estrategia de la empresa. ....	35
<b>figura 7</b> es una estrategia correcta bajar los precios. ....	36
<b>figura 8</b> Ofrecen un servicio de calidad en la empresa. ....	37
<b>figura 9</b> Le falta un servicio de calidad en la empresa. ....	39
<b>figura 10</b> La productividad de la empresa es la correcta. ....	40
<b>figura 11</b> La necesidad de la adquisición de más productos en la empresa. ....	41
<b>figura 12</b> Se tiene una buena comunicación con los clientes. ....	42
<b>figura 13</b> El manejo de conducta que tienen los trabajadores. ....	43
<b>figura 14</b> El conocimiento que tienen los trabajadores sobre los productos que ofrecen. ....	45
<b>figura 15</b> Los trabajadores tienen buenos hábitos de atención. ....	46
<b>figura 16</b> Los trabajadores actúan de manera correcta con los clientes. ....	47
<b>figura 17</b> Los trabajadores son experimentados en la atención al cliente. ....	48
<b>figura 18</b> Los trabajadores usan el sentido común al momento de la atención. ....	49
<b>figura 19</b> Tienen una correcta capacidad de atención los trabajadores. ....	51
<b>figura 20</b> los trabajadores están capacitados para desarrollar sus labores. ....	52
figura 21. Medida de dispersion de la V1 y V2. ....	55
figura 22. Medida de dispersion de la D1 y V2. ....	57
figura 23. Medida de dispersion de la V2 y D2. ....	59

## I INTRODUCCIÓN

Sandoval (2015), “la gestión de calidad es la forma como una empresa llega a planificar, controlar y poder mejorar la calidad de la empresa”.

Las organizaciones a nivel internacional están inmersas en la mala gestión de calidad, es por ello que se ve la mala atención al cliente, es de suma importancia mantener una buena gestión.

En el Perú, los micros y pequeñas empresas (mypes), por lo general, no cuentan con una buena gestión, a pesar de que estas mueven una gran parte de la economía nacional, estas organizaciones están situadas a lo largo del territorio peruano, divididas en diferentes rubros como boticas, ferreterías, hoteles, moto repuestos, entre otros, estas MYPES en su gran mayoría están inmersas en la informalidad.

En nuestra provincia de Satipo existen MYPES que trabajan de manera informal, es por ello, que no cuentan con una buena gestión de calidad, de igual manera sucede con las MYPES formales carecen de esta variable, una de las causas es que son administradas por los mismos dueños que no cuentan con una buena capacitación o grado académico.

Es por ello, que la presente investigación tiene como tipo y nivel correlacional cuantitativo. De la misma forma tendrá una justificación práctica metodológica, de tal manera se planteó el problema, ¿cómo se relaciona la gestión de calidad con la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J – Satipo? La hipótesis central planteada fue la gestión de la calidad se relaciona significativamente con la atención al cliente. El objetivo central es determinar la relación que tiene la gestión de calidad y atención al cliente.

En la encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) nos informa que, hasta el 31 de diciembre del año 2014, hubo una disminución del 2,3% en la venta de repuestos referente al año anterior y que se llegaron a cerrar más de 30 establecimientos donde se comercializaban estos repuestos.

Debido a estos resultados debemos tener en conocimiento que la mayoría de las organizaciones no llevan una buena gestión de calidad en las diferentes áreas, una de los sectores más afectadas es la administrativa, esto sucede porque son dirigidas por personas que no están capacitadas y no tienen el conocimiento para dedicarse a esta área, y es necesario contar con una mejor gestión para brindar un buen servicio al cliente, ya que estas dos variables van de la mano.

En nuestra provincia (Satipo) el porcentaje de las organizaciones dedicadas a la venta de “moto repuestos” es baja, la mayoría son dirigidas por sus dueños que no tienen el conocimiento como llevar la gestión de sus empresas y la manera correcta de como brindar una buena atención a sus clientes.

De misma manera la empresa RENATO J&J dedicada a la venta de repuesto de motos “moto repuestos”, esta empresa no cuenta con una buena gestión de calidad en el área administrativa y no conoce la manera correcta de entender a sus clientes, ya que el cliente es la parte más importante de una empresa, y para ganar su fidelidad es necesario una buena atención, por falta de estos factores es el motivo de la baja venta en sus productos.

Por ello, se formula la siguiente problemática de la investigación:

¿Cómo se relaciona la gestión de calidad con la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L – Satipo?

Por lo cual, se propuso el siguiente objetivo general, Determinar la relación que tiene la gestión de calidad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L –Satipo. Y del mismo modo, se propuso los objetivos específicos, Determinar la relación que tiene la gestión empresarial con la atención al cliente en la empresa Renato J&J E.I.R.L; Determinar la relación que tiene la estructura organizacional con la atención al cliente en la empresa Renato J&J E.I.R.L.

La presente investigación se justifica porque se determinar cuál es la relación entre la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas (MYPES) de Satipo en este caso será de la empresa RENATO J&J E.I.R.L.

La presente investigación se realizará porque existe una necesidad de una mejora en la gestión de calidad y en la atención al cliente en las MYPES de la provincia de Satipo, en este caso será la empresa RENATO J&J.

Se aplicará una encuesta para poder conocer la realidad de la organización en mención y en efecto se podrá analizar el problema y darle una solución eficiente, por ende, se conocerá la gestión de calidad a profundidad que se realiza en la empresa y como es la atención al cliente.

## II REVISIÓN DE LA LITERATURA

### II.1 ANTECEDENTES

**A continuación, se presenta los antecedentes internacionales:**

López (2018), *“Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”*, de la universidad católica de Santiago de Guayaquil – Ecuador, para optar el grado de maestría, donde su objetivo fue: determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, la metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s, encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

Gaitán (2017), *“proyecto de mejora de servicio al cliente en la empresa distribuciones AC SAS”* de la universidad Santo Tomas Bogotá D.C – Colombia, para optar el título de profesional en administración, donde el objetivo fue: 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,

tomando como muestra los clientes externos de la empresa Distribuciones Ac SAS, y realizaron una encuesta, y llegando a las siguientes conclusiones: 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, 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, 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.

Según Valero (2013) en su tesis *“la gestión de calidad y su influencia en la competitividad alcanzada por las pymes del cantón milagro”*, de la universidad de Guayaquil – ecuador, donde su objetivo fue: Establecer la influencia de la gestión de calidad en la competitividad alcanzada por las PYMES del cantón Milagro, período 2012 – 2013, la metodología que utilizo fue descriptiva correlacional, cuantitativa - cualitativa, no experimental, el instrumento utilizado fue el cuestionario acompañado de la técnica de la encuesta, la investigación arrojó los siguientes resultados son los más relevantes dentro de la investigación, más del 57% de los encuestados dijeron que las PYMES ofrecen productos y servicios de calidad, el 24,35 no aceptan los productos diferenciados que ofrecen las PYMES, más del 23% dice que el espíritu laboral del talento humano es bajo, el 21,47% está muy satisfecho con la atención al cliente de las PYMES, el estudio llegó a la siguiente investigación que la gestión de calidad es de suma importancia para poder llegar a un nivel competitivo y poder permanecer en el

mercado, la cultura organizacional en las PYMES es muy baja, es por ello necesario más cohesión con el talento humano.

**A continuación, se presenta los antecedentes nacionales:**

Bonilla (2015), *“La gestión de la calidad y su relación con los costos de desechos y desperdicios en las mypes de la confección textil”*, de la universidad de Lima – Perú, cuyo objetivo fue: relacionar la gestión de la calidad de los micros y pequeñas empresas de Lima y Callao dedicados a la confección textil. La metodología que utilizó en la investigación fue de una manera descriptiva, transversal y correlacional, para su recolección de datos se hizo una entrevista a algunos conductores de las organizaciones con el objetivo de explicarles el rumbo que tomaría la investigación y que instrumentos se utilizaría, se aplicó un cuestionario a los conductores o jefes de las organizaciones con el fin de valorizar el nivel de gestión de calidad en estas organizaciones, seguidamente se aplicó otro cuestionario para determinar la cantidad de desperdicios y desechos que dejaba cada producción, de igual manera hizo la consulta con un experto para tener más soporte en su análisis. Llegando a los siguientes resultados: Que la calificación se encuentra en un rango de un 20% a 75%; el promedio global está cerca de los 41%; de igual forma se pudo percibir que el 35% de las organizaciones tuvo una valoración menor al 30% y otro número de organizaciones representan el 35% estuvo entre el 30% - 50% y los otro 30% llegó a una calificación entre el 50% - 78%; de igual manera se llegó observar que el área con más calificación es el área de “responsabilidad de dirección” con más del 51%. Esto nos dice que hay compromiso de los jefes de los micros y pequeñas empresas con el desarrollo y cumple con el sistema de gestión de calidad. El área de menor calificación con menos de 31% fue el de “Medición, análisis y mejora” referido al esfuerzo de la empresa.



Arrascue y Segura (2016) en su tesis “*gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “clinifer” chiclayo-2015*”, de la universidad Señor de Sipán – Perú, para optar el grado académico de licenciado, cuyo objetivo fue: determinar la influencia que existe entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “CLINIFER”, para ello utilizo una metodología no experimental cuantitativa descriptiva correlacional, como instrumento se formuló una encuesta, el cuestionario constaba con 26 interrogantes, como muestra fueron 9 trabajadores, el resultado obtenido fue: el 100% de los encuestados dijeron que están totalmente de acuerdo que la clínica cuenta con equipos modernos y adecuados; los que aseguraron que están totalmente de acuerdo que los ambientes son amplios y cómodos fueron más del 22%, los que están solamente de acuerdo fueron más del 77%; el 66.67% dijeron que están totalmente de acuerdo sobre la limpieza, el 33.33% solo están de acuerdo; sobre los uniformes de los trabajadores dijeron que más del 77% están de acuerdo y el 22.22% esta desacuerdo; el 11.11% dice que está totalmente de acuerdo con el cumplimiento de la organización con las Cláusulas, el 88.88% está de acuerdo; sobre la efectividad de los servicios dijeron que el 11.11% está totalmente de acuerdo y el otro 88.88% solo está de acuerdo; cuando se preguntó sobre la información que brinda el personal se obtuvo que 22.22% estaba totalmente de acuerdo, 77.78% está de acuerdo; el 22.22% dijeron que está totalmente de acuerdo con el tiempo de espera antes de la atención y el 77.78% solo está de acuerdo; más del 33% dice que está de acuerdo sobre la atención cuando hay un reclamo, y el 66.67% está en desacuerdo.

López (2019) en su tesis *“gestión de calidad y atención al cliente de los hospedajes del distrito de Sullana, año 2019”*, de la universidad católica los ángeles de Chimbote-Perú, para optar el título de licenciado en administración, cuyo objetivo fue: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en los hospedajes en el distrito de Sullana año 2019, para ello utilizo una metodología de diseño no experimental de corte transversal, de nivel cuantitativo y de tipo descriptivo, y como instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario que consta de 20 interrogantes, como población en gestión de calidad se tomó a 10 empresarios y en la variable atención al cliente se obtuvo a 20 clientes, como resultado se obtuvo que el 50% de los encuestados dijo que casi siempre los planes contribuyen con la mejora de calidad, un 70% dijo que siempre participan en capacitaciones para la mejora de la calidad, más del 58% dijo que el personal brinda una atención rápida, luego a diferentes conclusiones una de las más relevantes es que los empresarios tienden a aplicar los procesos de gestión de la calidad, así mismo se participan en programas de capacitación para que reciban orientación para la mejora de la calidad.

Según De La Cruz (2019), *“Gestión de atención al cliente y calidad total de la empresa Todoffice S.A.C. San Martín de Porres, Lima 2018”*, de la universidad Cesar Vallejo – Perú, para optar el título de licenciado en administración, donde el objetivo fue: determinar la relación que existe entre gestión de atención al cliente y calidad total, en la empresa Todoffice S.A.C, San Martín de Porres 2018, la metodología que se utilizó fue de tipo básico descriptivo correlacional, de diseño no experimental de nivel cuantitativo, donde el instrumento utilizado fue el cuestionario y la técnica fue la encuesta, cuya población y muestra fueron 50 clientes vinculados con el estudio,

con esto se llegó a las siguientes conclusiones, que existe una relación muy fuerte entre ambas variables, las variables y las dimensiones tienen una relación positiva.

Según Villacorta (2019), *“gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los jardines, Trujillo 2018”*, en la universidad católica los ángeles de Chimbote – Perú, para optar el título profesional de licenciado en administración, donde el objetivo fue: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018, la investigación es de diseño no experimental, transversal y descriptivo, donde la población de muestra fueron 11 restaurantes, el instrumento de recolección de datos que se utilizó fue el cuestionario con la encuesta como técnica de recolección de datos, como resultado se obtuvo lo siguiente, el 91% de los representantes de las Mypes cuentan entre 1 y 5 trabajadores, el 64% de los representantes de las organizaciones conocen el término atención al cliente, más del 91% dicen que es importante la atención al cliente para que vuelvan, llegando a los siguientes resultados, los empresarios si conocen la gestión de calidad y atención cliente, la gran mayoría tiene entre 31 y 50 años, la mayoría es de género masculino, la mayoría (55%) tienen grado superior.

**A continuación, se presenta los antecedentes locales:**

Roncal (2017), *“La gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro boticas del mercado de la provincia de Satipo, año 2017”*, de la universidad católica los ángeles de Chimbote – Perú, para optar el grado académico de bachiller, donde su objetivo general fue: conocer la relación entre gestión de calidad y la competitividad, la metodología que utilizó fue descriptiva, para

la recolección de datos se utilizó la técnica de observación y encuesta, la muestra de la investigación fueron los representantes legales o los dueños directos de las organizaciones en total fueron 14 personas. Las edades de estos encargados o dueños están entre los 18 y 29 (35.7%) con el mismo porcentaje son las personas de 30 a 44 años y el 14.3% son mayores de 45 años; y la mayoría de dueños son varones con más de 64%; según el grado de instrucción el 14.2% no tuvieron ninguna o estudiaron una parte de la primaria y el 28.6% terminaron su primaria, los que terminaron la secundaria o estudiaron una parte de está fueron el 14.2%; el 35,7% estudiaron carreras técnicas y los que culminaron la universidad fueron el 7.1%; de los encuestados la mayoría son casados con un 42.9%; un 42% son dueños y 35% son administradores de estas organizaciones; el tiempo que llevan en su cargo son cerca de los 3 años o menos(57,1%) ; el 71.4% son formales y la otra parte trabajan de manera informal. La gestión de calidad es de manera regular.

Según Salas (2017), “*gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017*”, de la universidad Católica los ángeles de Chimbote – Perú, para optar el título de licenciado en administración, donde su objetivo fue: determinar la Gestión de la Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las MYPES del sector comercial, Boutique de Damas, provincia de Satipo, año 2017, donde la metodología utilizada fue de tipo descriptivo correlacional, de diseño no experimental, de nivel cuantitativo, la técnica que se utilizó fue la encuesta, instrumento utilizado fue el cuestionario, que constaba con 23 preguntas, donde los resultados obtenidos fueron que el emprendedor esta entre 29 y 39 (50%), la gran cantidad son mujeres más del (81%), solo el (49%) tiene una formación académica básica, el 63% desconoce de gestión empresarial, más

del 45% no tienen un plan de negocio, más del 54% desconoce del protocolo de atención al cliente, se llegaron a las siguientes conclusiones bajo el enfoque del cliente toman en cuenta las sugerencias de sus clientes, puesto que consideran una oportunidad de mejorar para la satisfacción del cliente, bajo el enfoque de formalización empresarial nos dice que las empresas están constituidas por personas naturales y están en el RUS, las mypes del sector comercial están iniciadas por personas jóvenes entre 29 a 39 años.

Según Avellaneda y Egoavil (2016), *“la gestión de la inocuidad y satisfacción del cliente de los restaurantes “la casita” y “olla de barro” en muruhuay tarma 2016”*, de la universidad Nacional del Centro del Perú, para optar el título de licenciado en administración de empresas especialidad en hotelería y turismo, donde cuyo objetivo fue: determinar el grado de correlación existente de la Gestión de la Inocuidad y Satisfacción del Cliente en los restaurantes “La Casita” y “Olla de barro” del centro poblado de Muruhuay en el periodo 2016, para ello se utilizó una investigación de tipo correlacional de diseño no experimental y de nivel aplicativo cuantitativo, como muestra se tomó a 239 comensales y 20 trabajadores por cada establecimiento, como instrumento para la recolección de datos utiliza el cuestionario, donde el resultado obtenido fue que existe una correlación significativa entre ambas variables, sacando las siguientes conclusiones, se considera que la gestión de la inocuidad en su dimensión buenas prácticas y manipulaciones están relacionadas con la satisfacción al cliente que cuyo resultado fue de un nivel mayor al 0.05.

Según Matos (2019), *“marketing y el servicio de atención al cliente en la empresa corpora S.R.L, Huancayo en el año 2017”*, de la universidad Peruana los Andes – Perú, para optar el título de licenciado en administración, donde cuyo objetivo fue

establecer el nexo entre el marketing y el servicio de atención al cliente en la organización Corpora S.R.L. Huancayo, en el año 2017, la metodología que utilizó fue de nivel correlacional de diseño no experimental y de tipo de investigación básica, cuya población fue de 3, 997 clientes tomando como muestra a 370 clientes, cuyo instrumento utilizado para la recolección de datos fue el cuestionario que consta de 28 preguntas, la conclusión obtenida sobre la base de resultados determinada la existencia de una relación positiva fuerte entre marketing y el servicio de atención al cliente de 0.759.

Según Olivera (2018), "*gestión de talento humano y calidad de atención al cliente en la empresa la casa del chef, 2017*", de la universidad continental, para optar el título profesional de licenciado en administración, donde su objetivo general fue: determinar la relación que existe entre la gestión del talento humano y la calidad de atención al cliente en la empresa "La Casa del Chef", la metodología que se utilizó fue de nivel descriptivo correlacional de diseño no experimental y de tipo de investigación básica, la población está conformada por los clientes, para la muestra se contó con a 308 de la población, para la recolección de datos se utilizó el instrumento el cuestionario, diseñada por 20 preguntas, el resultado de la investigación fue que de los 20 preguntas del cuestionario, la escala con mayor respuesta es "casi siempre", queriendo decir que los clientes perciben una buena atención, al final se llegó a las siguientes conclusiones, existe la relación entre la gestión de talento humano y calidad de atención al cliente, se dice que a mayor gestión de talento humano mejor atención al cliente.

## **II.2 BASES TEÓRICAS**

### ***II.2.1 Gestión de calidad***

Según Camisón, Cruz y Gonzales, (2016) Nos dice que la calidad es poder utilizar los procesos, para así, poder lograr la excelencia de un producto o bien que será ofertado al cliente, podemos decir que al pasar el tiempo las exigencias de los demandantes son cada vez mayor, la labor de las organizaciones es ofrecer y/o satisfacer las necesidades de la calidad para cada producto.

Según Arias (2012) “es la forma como la organización realiza la gestión empresarial, consta de la estructura organizacional, junto a la documentación, procesos y recursos que emplea para alcanzar los objetivos de calidad y cumplir los requisitos del cliente”.

Según Maseda (2009) Indica que “la gestión de calidad existe con el propósito de ayudar a las organizaciones a que conozcan ideas modernas, para que puedan aplicar las herramientas de gestión de calidad, para que tengan una adecuada planificación a base de objetivos para el logro de la calidad total”.

#### **Gestión empresarial**

Son las medidas y estrategias que se utilizan para tener una mejor productividad y la competitividad de una organización (Varela, 2020). Esto es un factor muy importante dentro de la organización, debido que ayuda al administrador o jefe inmediato tomar las mejores decisiones para la empresa.

Según Churata (2013) “es una ciencia social que estudia la organización de las empresas y la manera como se gestionan los recursos, procesos y resultado de sus habilidades.

Según Chinchilla (2017) define “la gestión empresarial como estrategias, destrezas, elementos, etc. Con el propósito de que alguna actividad sea viable económicamente”.

### **Gestión de recursos**

Mendoza (2010) “una empresa cuenta con diferentes recursos, a medida que las empresas crecen, el proceso de control de dichos recursos se hace más complicado”.

Cuando hablamos sobre la gestión de recursos podemos entender que se refiere a los procesos que realiza una organización para obtener una buena distribución de los recursos financieros, materiales y los diferentes recursos con que cuenta la organización, de esta manera se podrá obtener los resultados de las metas propuestas por la organización.

### **Gestión de procesos**

Bastidas (2018) “Tiene como finalidad aumentar la productividad en la institución cumpliendo con las necesidades y la satisfacción de los clientes”. Es básicamente conocer los procesos que se deben llevar durante una gestión empresarial para alcanzar los objetivos planteados por la organización.

Según Lucas (2014) dice que “La implantación de la gestión de procesos se ha revelado como una de las herramientas de mejora de la gestión más efectivas para todos los tipos de organizaciones”. Estos procesos son utilizados por muchas empresas en la actualidad, ya que es fundamental para cualquier tipo de negocio.

### **Estructura organizacional**

Pérez (2018) “es cambiante la cual depende de la estrategia que se tome en el tiempo y en el lugar geográfico. Toda organización necesita una estructura para diferenciarse y ofrecer servicio de calidad y mayor productividad”.



Según Daft (s.f) nos dice que “la estructura organizacional designa relaciones de subordinación, según el tramo de la jerarquía y el tramo de control de gerentes”. El autor menciona que las organizaciones están estructuradas según designación de labores, es decir, el cargo mas importante tiene mas autoridad sobre los demás.

### **Estrategia**

Lukac (2012) Comienza con una visión de cómo la empresa quiere ser vista y como quiere verse a sí misma. De lo que una empresa tiene intención de hacer y lo que se propone no hacer.

Según Ontaneda (2015) dice que “la estrategia es un plan de acción que la empresa desarrolla e implementa para mejorar el desempeño en el mercado, utiliza un conjunto integrado de recursos y explota las potencialidades de la empresa”.

### **Servicio de calidad**

Define la calidad de servicio como una actitud. Pero esto no es significado de satisfacción, el cliente califica el servicio después de la transacción (Peña 2019).

Gremler (2009) “es un elemento básico de las percepciones del cliente, la calidad de servicio será el elemento dominante en las evaluaciones de los clientes”

Según Rivera (2019) “manifiesta que la calidad como un sinónimo de satisfacción, es decir cuando un cliente percibe que logro satisfacer sus necesidades al utilizar el bien o servicio, entonces el resultado es que este fue de buena calidad”.

### **Productividad**

Arévalo (2021) Se entiende como la relación existente de los recursos que tiene una organización y como utiliza estos recursos a través de inversiones en sus recursos para ver los resultados.

Según Gutiérrez y Huamán (2014) dice que la productividad es “la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación, la productividad sirve para evaluar el rendimiento las maquinarias, los equipos de trabajo y los empleados”.

### **II.2.2 Atención al cliente**

Caurin (2018) La actitud es la muestra de cultura a la hora de la atención, cuando el cliente realiza la compra posee unas expectativas que desea que sean cumplidas.

Según Ariza y Ariza (2014) se puede definir la atención del cliente como un conjunto de actuaciones, a través de esto la organización puede gestionar la relación de sus actuales clientes o sus clientes potenciales, esto puede ser antes o después de la adquisición del producto o bien, este fin último es poder lograr en el producto un nivel de satisfacción muy elevado.

Según Eliecer (2014) dice que es “el conjunto de estrategias que la organización debe diseñar, de este modo pueda satisfacer las expectativas del cliente, para poder satisfacer de mejor manera en comparación de la competencia”.

#### **Cliente**

Para Kotler y Amstrogon (2009) el cliente es la persona que trae sus necesidades para ser satisfechas, y de esta manera satisface a la empresa con mayor rentabilidad. El cliente es la parte mas fundamental para cualquier empresa, debido a que gracias a los clientes la empresa puede alcanzar sus metas y objetivos.

#### **Satisfacción**

Para Kotler (s.f) “es el nivel de estado de ánimo de una persona que resulta al adquirir un producto o servicio”. El cliente que adquiere un producto o servicio debe

salir del establecimiento con el pensamiento y las ganas de volver por más, a esto se le denomina satisfacción.

### **Cultura**

Es un sentido etnográfico, este comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres, y otras hábitos y capacidades adquiridas en la familia o sociedad (Salazar,2019). La atención es el arte, la cultura y la capacidad de tener conocimientos sobre el cliente a simple vista.

### **Conocimientos**

Se considera al conjunto de información guardada sobre nuestros aprendizajes y experiencias, y esto se va ampliando con los años (Echevarría 2017). La persona de conocer al cliente, de este modo el cliente se sentirá mas resguardado por la atención que le brindan.

Expresan el desempeño que da cuenta de la calidad de la formación profesional del estudiante cambia la naturaleza del trabajo y de la propiedad y desarrolla nuevas relaciones de trabajo (Segarra & Bou,2004).

### **Hábitos**

Es un patrón de conducta aprendida que presentamos ante situaciones específicas, donde el individuo no piensa ni decide sobre cómo actuar (Mondragon,2016). La buena atención debería ser un habito dentro de toda organización.

### **Actitud**

Llega a ser un estado mental, organizado a través de la experiencia, y con capacidad de ejercer una influencia dinámica (Fernandez,2014). Tener la capacidad psicológica de poder conllevar las diferentes situaciones que se puedan presentar dentro del ámbito laboral.

### **Experiencia**

Es una noción del sentido común y es usada en la vida diaria de diferentes maneras (Guzman,2015). Es el conocimiento que adquieres con el pasar del tiempo y las diferentes situaciones que vives.

### **Capacidad**

Se define capacidad como las habilidades de una persona para realizar acciones valiosas para otras personas (Stieben 2017).

Expresan el desempeño que da cuenta de la calidad de la formación profesional del estudiante (Rodriguez,2007).

### **III HIPÓTESIS**

#### **Hipótesis general**

La gestión de calidad se relaciona significativamente con la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L –Satipo

#### **Hipótesis específicas**

La gestión empresarial se relaciona significativamente con la atención al cliente en la empresa Renato J&J E.I.R.L.

La estructura organizacional se relaciona significativamente con la atención al cliente en la empresa Renato J&J E.I.R.L –Satipo.

## IV METODOLOGÍA

### IV.1 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN DE LA TESIS.

La presente investigación será de nivel correlacional, porque esta investigación tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre las dos variables.

Hernández, Fernández y baptista, (2010) refiere que, este tipo de investigación permite al investigador poder estudiar y analizar la asociación de hechos y fenómenos, es decir, poder relacionar las variables, se busca conocer el grado de relación entre las variables que se va estudiar para ver su grado de influencia o ausencia.

### IV.2 TIPO DE LA INVESTIGACION.

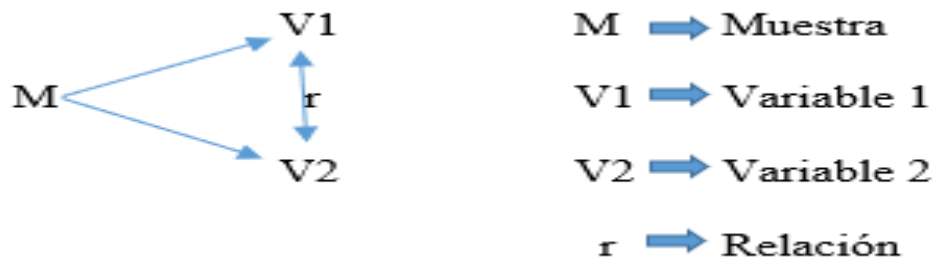
La presente investigación será de tipo cuantitativo, porque en el analices y procesamiento de los datos se utilizará las encuestas mencionadas.

Baptista (2010) utiliza la el análisis y recolección de información para poder resolver cuestionarios de investigación y poder probar hipótesis que serán establecidas posteriormente, y este confía en una medición numérica, el conteo y se usa estadística para poder determinar los patrones exactos del comportamiento de una población en mención.

### IV.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo a las caracterización que se observa en la obra de Hernández Sampieri “Metodología de la Investigación Científica” (2014), la presente investigación será de diseño **no experimental**, porque no se estimulará ninguna variable para medir su efecto en otra variable, además es transeccional o transversal, de acuerdo a lo mencionado por Hernández, et al. (2003) que refiere: “la investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente la variable, lo que se hace es observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después

analizarlos. Los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia en interrelación en un momento dado con la variable.



#### IV.4 EL UNIVERSO Y MUESTRA

##### **Población-universo**

La población de la investigación estará conformada por los clientes mayoristas de la empresa de la empresa RENATO J&J.

$$N= 50$$

##### **Muestra**

La muestra son subgrupos de nuestro universo, que serán utilizadas para conseguir datos.

$$N= 15$$

Baptista (2010) “La muestra llega a ser un subgrupo de la población total (sobre este se aplica las herramientas para la recolección de datos). Al investigador le interesa que los resultados que se encuentran sean generalizados en la población”.

En el proyecto la muestra será no probabilística porque se llegará a la selección de los clientes mayoristas para conocer y recaudar información de cómo está la empresa en función a su gestión de calidad y atención al cliente.

#### IV.5 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable 1: Gestión de calidad

Guerra (2014) “Es un documento para ayudar a las empresas del sector de servicios en la interpretación e implantación”.

**Tabla 1**

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ESCALA	NIVEL O RANGOS
Gestión empresarial	Gestión de recursos	2	5=	Ordinal
	Gestión de procesos	2	siempre 4=	
	estrategia	2	casi	
Estructura organizacional	Servicio de calidad	2	siempre	
	Productividad	2	3=algunas veces	
			2=Muy pocas veces	
1= Nunca				

Variable 2: Atención al cliente

Define Martínez (2007). “Que es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa con el objetivo que el cliente adquiera el producto o servicio en el momento”.

**Tabla 2**

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ESCALA	NIVEL O RANGOS
Cliente	Eficiencia	2	5= siempre 4= casi siempre	Ordinal
	Eficacia	2	3=algunas veces 2=Muy pocas veces 1= Nunca	



VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES		INDICADORES		
Variable 1 Gestión de calidad	Es utilizar todos los métodos para poder lograr la excelencia de un producto que se va ofrecer a un cliente, gestionar los procesos para lograr la excelencia de calidad y tener una estructura organizacional establecida es fundamental para tener calidad (Ramírez, 2019).	La variable 1. "GESTION DE CALIDAD", fue medida por medio de un cuestionario que consta de varias preguntas, siempre teniendo en cuenta los indicadores para su correcta aplicación.	Gestión empresarial	Son las medidas y estrategias que se utilizan para tener una mejor productividad y la competitividad de una organización (Varela, 2020).	Gestión de recursos	Una empresa cuenta con diferentes recursos, a medida que las empresas crecen, el proceso de control de dichos recursos se hace más complicado (Mendoza,2016).	¿Cree usted que la empresa Renato J&J analiza la gestión de recursos?
						¿Cree usted que es necesario que la empresa Renato J&J deba analizar la gestión de recursos?	
					Gestión de procesos	Tiene como finalidad aumentar la productividad en la institución cumpliendo con las necesidades y la satisfacción de los clientes (Bastidas,2018).	¿Considera que es necesario evaluar la gestión de procesos en la empresa Renato J&J?
			Estructura organizacional	Es cambiante la cual depende de la estrategia que se tome en el tiempo y en el lugar geográfico. Toda organización necesita una estructura para diferenciarse y ofrecer servicio de	Estrategia	Comienza con una visión de cómo la empresa quiere ser vista y como quiere verse a sí misma. De lo que una empresa tiene intención de hacer y lo que se propone no hacer (Lukac,2012).	¿Considera que la estrategia de la empresa Renato J&J es eficiente?
						¿Cree usted que es necesario la estrategia en la empresa Renato J&J?	
					Servicio de calidad	Define la calidad de servicio como una actitud. Pero esto no es	¿Considera que la empresa Renato J&J ofrece un servicio de calidad?

Variable 2 Atención al cliente	La actitud es la muestra de cultura a la hora de la atención, cuando el cliente realiza la compra posee unas expectativas que desea que sean cumplidas (Caurin 2018).	Variable 2 “atención al cliente”, esta variable fue medida con una encuesta que consta de preguntas, con el fin de recolectar datos		calidad y mayor productividad (Bastidas,2018).		significado de satisfacción, el cliente califica el servicio después de la transacción (Peña 2019).	¿Cree usted que la empresa Renato J&J le falta servicio de calidad?
				Cultura	productividad	Se entiende como la relación existente de los recursos que tiene una organización y como utiliza estos recursos a través de inversiones en sus recursos para ver los resultados (Arevalo,2021).	¿Cree usted que la empresa Renato J&J tiene una buena productividad?
			Conocimientos			Se considera al conjunto de información guardada sobre nuestros aprendizajes y experiencias, y esto se va ampliando con los años (Echevarría 2017).	¿Considera que la productividad es algo que le hace falta a la empresa J&J?
					Hábitos		Es un patrón de conducta aprendida que presentamos ante situaciones específicas, donde el individuo no piensa ni decide sobre cómo actuar (Mondragon,2016).
					¿Los trabajadores de la empresa Renato J&J tienen buenos hábitos de atención?		
		¿El actuar de los trabajadores con los clientes es el correcto?					

			Actitud	Llega a ser un estado mental, organizado a través de la experiencia, y con capacidad de ejercer una influencia dinámica (Fernandez,2014).	Experiencia	Es una noción del sentido común y es usada en la vida diaria de diferentes maneras (Guzman,2015).	¿los trabajadores de la empresa Renato J&J tienen experiencia?
					Capacidad	Se define capacidad como las habilidades de una persona para realizar acciones valiosas para otras personas (Stieben 2017).	¿La empresa Renato J&J tiene trabajadores capacitados para desarrollar sus labores?

## IV.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

La técnica que se aplicará para la recolección de datos será la encuesta, como instrumento para recolectar los datos será el cuestionario, este constara de 20 preguntas con respecto a una o más variables que se medirán.

### **Cuestionario**

Según Aburto (2005) “es un formulario con un listado de preguntas estandarizadas y estructuradas que se han de formular de idéntica manera a todos los encuestados”.

### **Validez del instrumento**

Para realizar la validación se acudió a la opinión de juicio de algunos expertos, en esta ocasión a profesionales en grados de licenciados y magister en administración quienes verificaron para posteriormente validar el cuestionario propuesto.

Con el propósito de conocer la fiabilidad del instrumento se procedió a usar el Alfa de Cronbach para determinar la consistencia de los resultados que para ser aceptado de estar por encima de 0,80 según Supo (2011).

**Tabla 1**

*Alfa de Cronbach*

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,853	20

## IV.7 PLAN DE ANÁLISIS.

El procedimiento que se seguirá para el análisis de los datos es el siguiente.

- **La tabulación:** se realizarán tablas para la representación de los resultados obtenidos.

- **Conteo:** se elaborará una base de datos en SPSS para poder ordenar las respuestas de cada instrumento.

#### **IV.8 MATRIZ DE CONSISTENCIA**

PROBLEMA general	OBJETIVO general	HIPOTESIS	VARIABLES e INDICADORES	METODOLOGIA
<p>¿Cómo se relaciona la gestión de calidad con la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&amp;J E.I.R.L –Satipo?</p>	<p>Determinar la relación que tiene la gestión de calidad y la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&amp;J E.I.R.L –Satipo.</p>	<p>La gestión de calidad se relaciona significativamente con la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&amp;J E.I.R.L –Satipo?</p>	<p>Para poder demostrar y comprobar la hipótesis formulada anteriormente, la operacionalizamos determinado variables e indicadores que se mencionan a continuación:</p>	<p><b>Tipos de Investigación</b> Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una investigación correlacional.</p> <p><b>Investigación</b> Durante el proceso de investigación para demostrar y comprobar la hipótesis se seguirá el nivel de investigación cuantitativa.</p> <p><b>Diseño de la Investigación</b> No Experimental.</p> <p><b>Población y Muestra</b> Se ha tomado como universo 16 personas entre trabajadores y clientes. La muestra representativa será no probabilística de la población entre trabajadores y clientes directamente involucrados.</p> <p><b>Instrumentos</b> Cuestionario</p>
PROBLEMAS específicos	OBJETIVOS específicos	HIPOTESIS	VARIABLES	
<p>¿Qué efectos tiene la gestión empresarial en relación a la atención al cliente en la empresa Renato J&amp;J E.I.R.L.?</p> <p>¿Qué efectos tiene la estructura empresarial en relación a la atención al cliente en la empresa Renato J&amp;J E.I.R.L.?</p>	<p>Determinar la relación que tiene la gestión empresarial con la atención al cliente en la empresa Renato J&amp;J E.I.R.L.</p> <p>Determinar la relación que tiene la estructura empresarial con la atención al cliente en la empresa Renato J&amp;J E.I.R.L.</p>	<p>La gestión empresarial se relaciona significativamente con la atención al cliente en la empresa Renato J&amp;J E.I.R.L.</p> <p>La estructura empresarial se relaciona significativamente con la atención al cliente en la empresa Renato J&amp;J E.I.R.L –Satipo.</p>	<p>Variable 1 Gestión de calidad Técnica de control marketing Recursos humanos Atención al cliente Técnicas de atención comunicación</p>	

## **IV.9 PRINCIPIOS ÉTICOS**

En la presente investigación se respetará los principios según la ética de la universidad.

### **Protección a la persona**

En la presente investigación se trabajará con personas, es por ello que se debe respetar la identidad y la privacidad. Es por ello las personas que formaran parte de esta investigación participaran de manera voluntaria.

### **Libre participación y derecho a estar informado**

El investigador informara a las personas que participan de la encuesta sobre los resultados que se van obtener y que será publicado en el repositorio de la universidad. Además, se plasmará en el cuestionario el objetivo que tendrá la presente investigación.

### **Justicia**

La presente investigación respetara el bien común de los clientes, es decir, respetar su tiempo que dispone el cliente y no “obligar” a responder el cuestionario que se aplicara.

## V RESULTADOS

### V.1 RESULTADOS DESCRIPTIVOS

**Tabla 2**

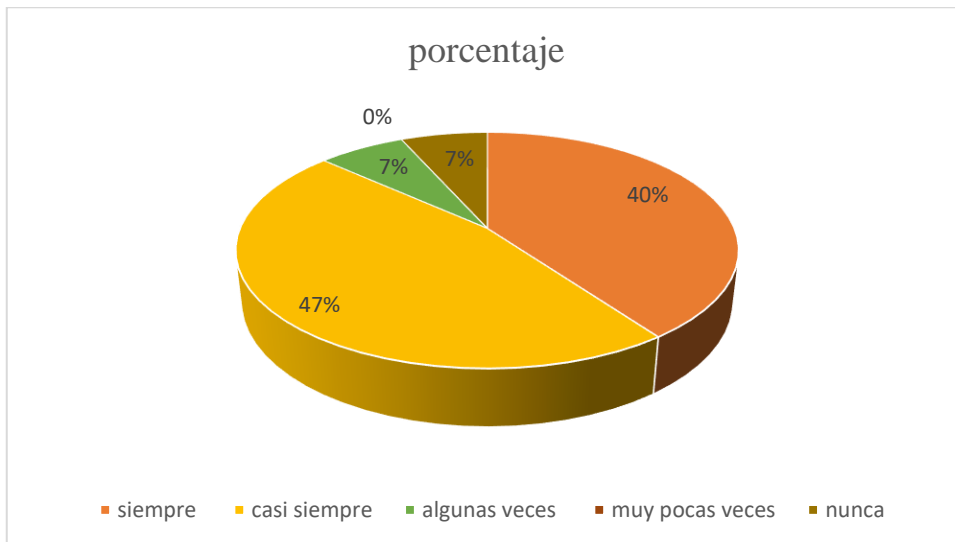
*Distribución de frecuencia sobre el análisis de la gestión de recursos empresariales.*

categoría	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	6	40%	40%
casi siempre	7	47%	87%
algunas veces	1	7%	93%
muy pocas veces	0	0%	93%
nunca	1	7%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 1**

*análisis de la gestión de recursos empresariales.*



**INTERPRETACIÓN:** Según la tabla 2 y la figura 1 con respecto a la pregunta sobre el análisis de gestión de recursos humanos, muestra que el 40% de los clientes encuestados siempre la empresa analiza la gestión de recursos humanos, de tal



manera el 47% casi siempre analiza la gestión de recursos humanos, el otro 7% dice que algunas veces analiza la gestión de recursos humanos y un 7% dice que nunca la empresa analiza la gestión de recursos humanos.

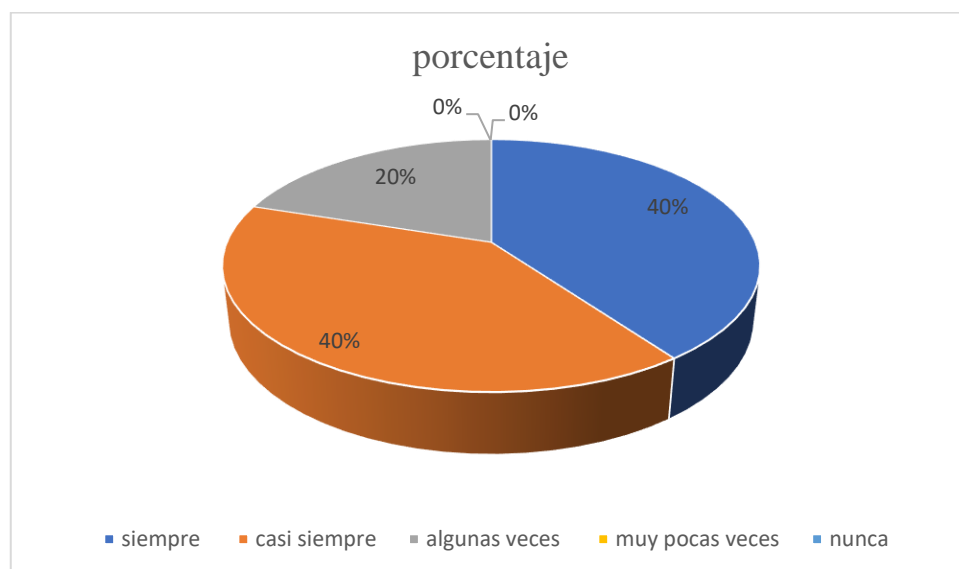
Esto representa que los clientes de Renato J&J consideran que casi siempre analizan la gestión de recursos humanos.

**Tabla 3**  
*Distribución de frecuencia sobre la Satisfacción de necesidades con los productos brindados.*

categoria	frecuencia	Porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	6	40%	40%
casi siempre	6	40%	80%
algunas veces	3	20%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
nunca	1	7%	107%
total	16	107%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 2**  
*Satisfacción de necesidades con los productos brindados.*



**INTERPRETACIÓN:** Según la tabla 3 y la figura 2 referente a la pregunta de la satisfacción de los clientes con los productos de la empresa, nos muestra que el 40% siempre satisface sus necesidades con los productos recibidos, así mismo el 40% casi siempre satisface sus necesidades con los productos, el 20% muy pocas veces satisface sus necesidades con los productos que brinda en la empresa y el 7% dijo que nunca satisface sus necesidades con los productos.

Lo que representa que los clientes si están satisfechos con los productos de la empresa.

**Tabla 4**

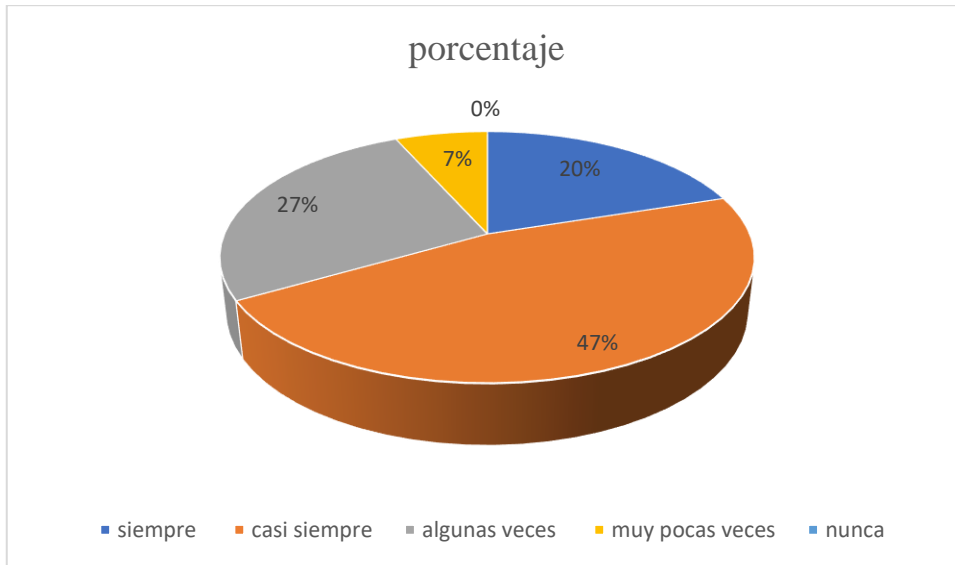
*Distribución de frecuencia de la necesidad de analizar la gestión de recursos empresariales.*

<b>categoria</b>	<b>frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>porcentaje acumulado</b>
siempre	3	20%	20%
casi siempre	7	47%	67%
algunas veces	4	27%	93%
muy pocas veces	1	7%	100%
nunca	0	0%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 3**

*necesidad de analizar la gestión de recursos empresariales.*



**INTERPRETACIÓN:** Según la tabla 4 y la figura 3 respecto al cuestionario que habla de que, si es necesario el análisis de la gestión de recursos humanos, el 20% cree que siempre es necesario analizar la gestión de recursos empresariales, de tal manera el 47% cree que casi siempre es necesario analizar la gestión de recursos humanos, el 27% dijo que algunas veces, el 7% dijo que muy pocas veces cree que es necesario analizar la gestión de recursos empresariales.

Por lo tanto, los clientes consideran que es necesario analizar la gestión de recursos humanos.

**Tabla 5**

*Tabla de distribución de la necesidad de evaluar la gestión de procesos empresariales.*

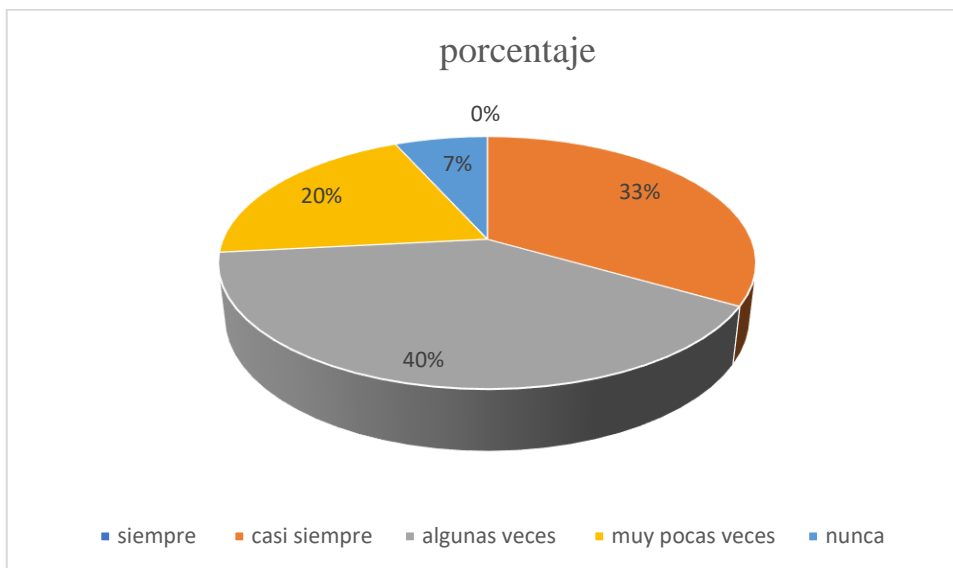
<b>categoría</b>	<b>frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>porcentaje acumulado</b>
siempre	5	33%	33%
casi siempre	6	40%	73%
algunas veces	3	20%	93%

muy pocas veces	1	7%	100%
nunca	0	0%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 4**

*Tabla de distribución de la necesidad de evaluar la gestión de procesos empresariales.*



**INTERPRETACIÓN:** Según la tabla 5 y la figura 4 referente a la pregunta si es necesario evaluar la gestión de procesos empresariales, nos muestra que el 33% cree que siempre es necesario evaluar los procesos empresariales, un 40% dijo que casi siempre es necesario evaluar los procesos empresariales, el 20% algunas veces y el 7% dice que algunas veces es necesario evaluar los procesos empresariales.

Por lo tanto, los clientes de Renato J&J consideran que si es necesario evaluar la gestión de procesos empresariales.

**Tabla 6**

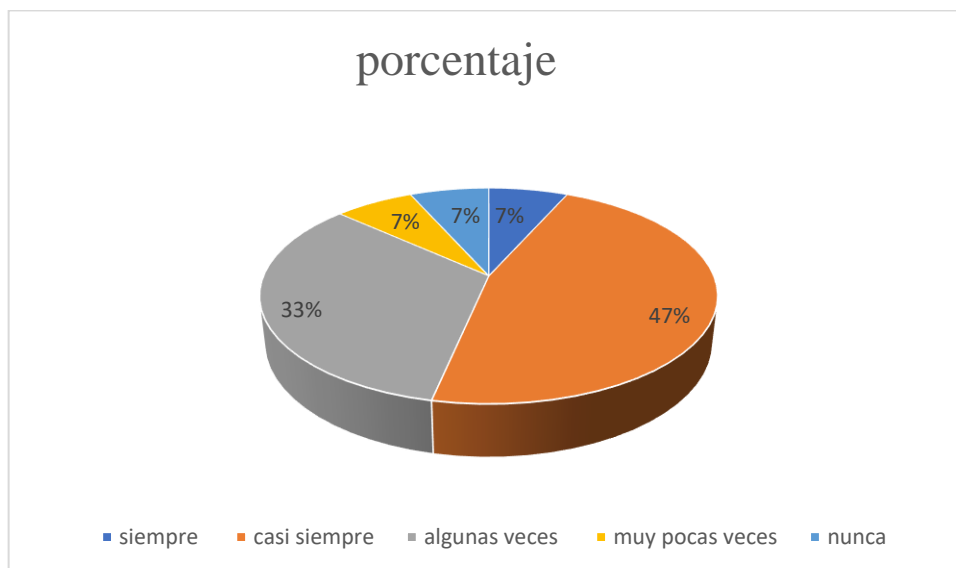
*Distribución de frecuencia sobre si se evalúan la gestión de procesos empresariales.*

categoria	frecuencia	Porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	1	7%	7%
casi siempre	7	47%	53%
algunas veces	5	33%	87%
muy pocas veces	1	7%	93%
nunca	1	7%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 5**

*se evalúan la gestión de procesos empresariales.*



**INTERPRETACIÓN:** Según la tabla 6 y la figura 5 con respecto a la pregunta si en la empresa evalúan la gestión de procesos empresariales, muestra que el 7% dijo que siempre evalúan la gestión de procesos empresariales en la empresa, el 47% dice que casi siempre evalúan los procesos empresariales, el 33% dijo que algunas veces, el 7% muy pocas veces y el 7% dijo que nunca evalúan la gestión de procesos empresariales.

Lo que representa que los clientes de la empresa Renato J&J consideran que la empresa si evalúan la gestión de procesos empresariales.

**Tabla 7**

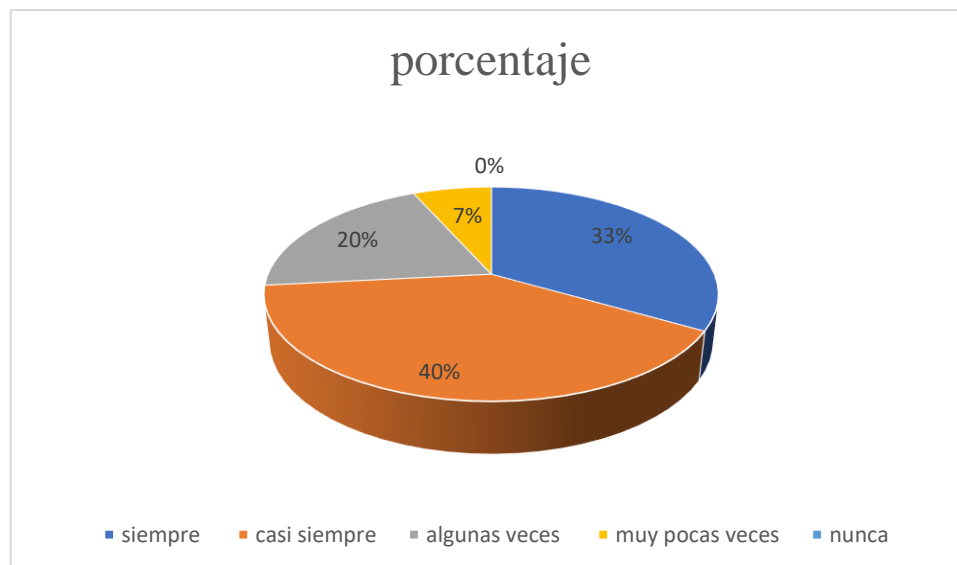
*Distribución de frecuencia sobre la eficiencia de la estrategia de la empresa.*

categoría	frecuencia	Porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	5	33%	33%
casi siempre	6	40%	73%
algunas veces	3	20%	93%
muy pocas veces	1	7%	100%
nunca	0	0%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 6**

*la eficiencia de la estrategia de la empresa.*



**INTERPRETACION:** Según la tabla 7 y la figura 6 referente a la estrategia eficiente de la empresa Renato J&J, se obtuvo como resultado que el 33% dijo que siempre es eficiente la estrategia de la empresa, el 40% dijo que casi siempre es eficiente la estrategia, el 20% dijo algunas veces, y el 7% muy pocas veces.

Lo que representa que los clientes de Renato J&J consideren que si es eficiente la estrategia de dicha empresa.

**Tabla 8**

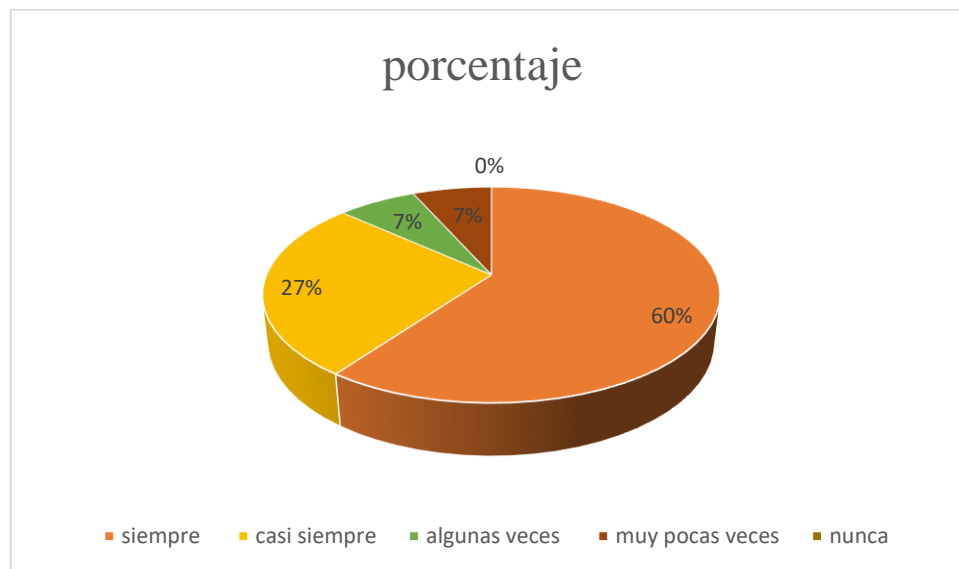
*Distribución de frecuencia sobre si es una estrategia correcta bajar los precios.*

categoría	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	9	60%	60%
casi siempre	4	27%	87%
algunas veces	1	7%	93%
muy pocas veces	1	7%	100%
nunca	0	0%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 7**

*es una estrategia correcta bajar los precios.*



**INTERPRETACION:** Según la tabla 8 y la figura 7 respecto a la pregunta sobre si es correcto la estrategia de bajar los precios, se obtuvo como resultado que el 60% considera que siempre es correcto bajar los precios, el 27% dijo que casi siempre es

correcto bajar los precios en la empresa, el 7% dijo algunas veces, y el 7% muy pocas veces.

Lo que representa que los clientes renato J&J considera que si es correcto la estrategia de bajar los precios.

**Tabla 9**

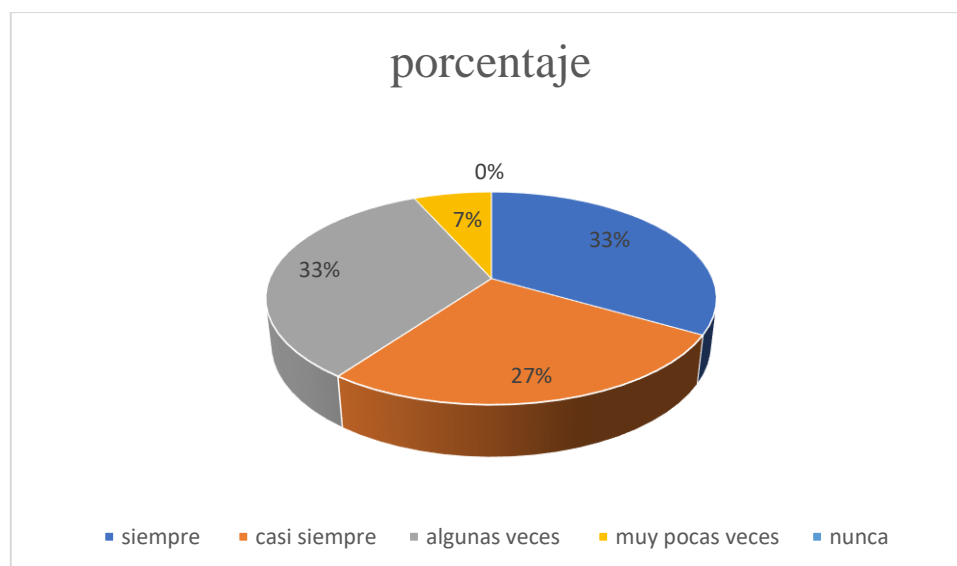
*Distribución de frecuencia sobre si ofrecen un servicio de calidad en la empresa.*

categoria	frecuencia	Porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	5	33%	33%
casi siempre	4	27%	60%
algunas veces	5	33%	93%
muy pocas veces	1	7%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 8**

*Ofrecen un servicio de calidad en la empresa.*





**INTERPRETACION:** según la tabla 9 y la figura 8 referente a la pregunta de servicio de calidad de la empresa, se obtuvo los siguientes resultados el 33% dijo que la empresa siempre ofrece un servicio de calidad, el 27% casi siempre la empresa un servicio de calidad, el 33% dijo algunas veces y el 7% muy pocas veces.

Lo que representa que los clientes consideran que la empresa algunas veces ofrece un servicio de calidad.

**Tabla 10**

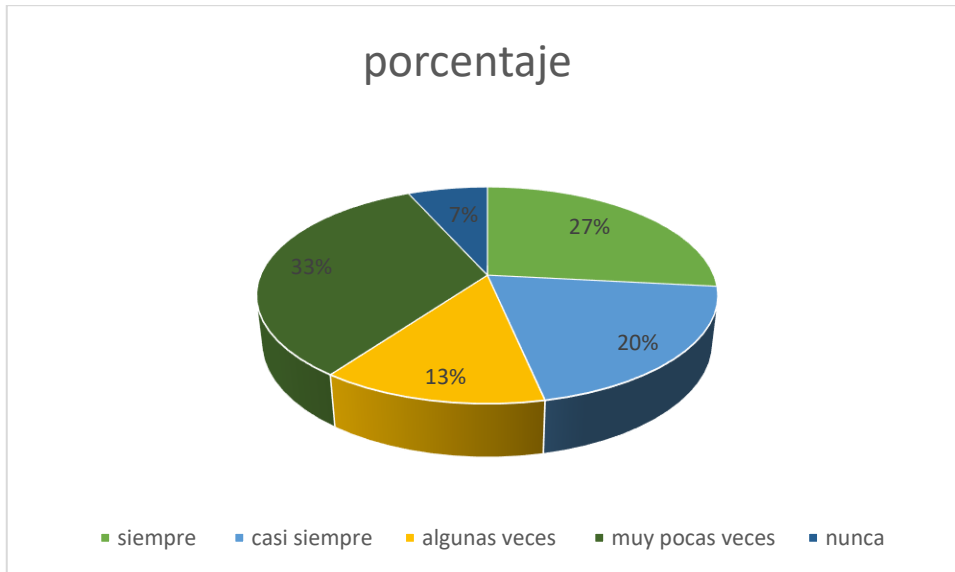
*Distribución de frecuencia sobre si le falta un servicio de calidad en la empresa.*

categoria	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	4	27%	27%
casi siempre	3	20%	47%
algunas veces	2	13%	60%
muy pocas veces	5	33%	93%
nunca	1	7%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 9**

*Le falta un servicio de calidad en la empresa.*



**INTERPRETACION:** Según la tabla 10 y la figura 9 referente a la pregunta sobre la falta de calidad en la empresa, se obtuvo los siguientes resultados, el 27% dijo que siempre a la empresa le falta un servicio de calidad, el 20% dijo que casi siempre le falta servicio de calidad, el 13% dijo algunas veces, el 33% muy pocas veces y el 7% dijo nunca.

Lo que representa que los clientes consideran que si le falta servicio de calidad.

**Tabla 11**

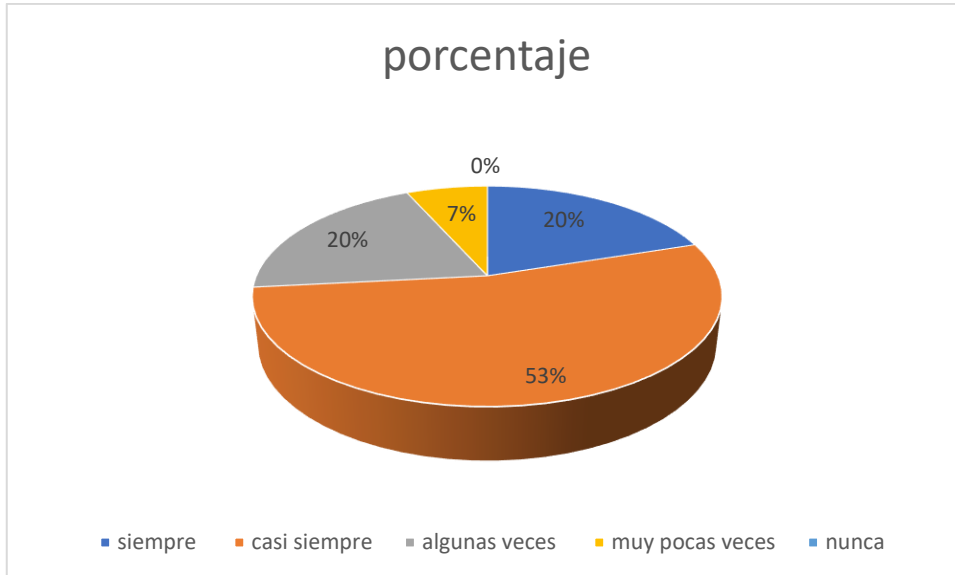
*Distribución de frecuencia sobre si la productividad de la empresa es la correcta.*

categoria	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	3	20%	20%
casi siempre	8	53%	73%
algunas veces	3	20%	93%
muy pocas veces	1	7%	100%
nunca	0	0%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 10**

*La productividad de la empresa es la correcta.*



**INTERPRETACION.** Según la tabla 11 y la figura 10 referente a la pregunta si la empresa tiene una buena productividad, se obtuvo los siguientes resultados, el 20% dijo que siempre la empresa tiene una buena productividad, el 47% dijo que casi siempre tiene una buena productividad, el 13% dijo algunas veces.

Lo que representa que los clientes de la empresa Renato J&J consideran que si tiene productividad.

**Tabla 12**

*Distribución de frecuencia sobre la necesidad de la adquisición de más productos en la empresa.*

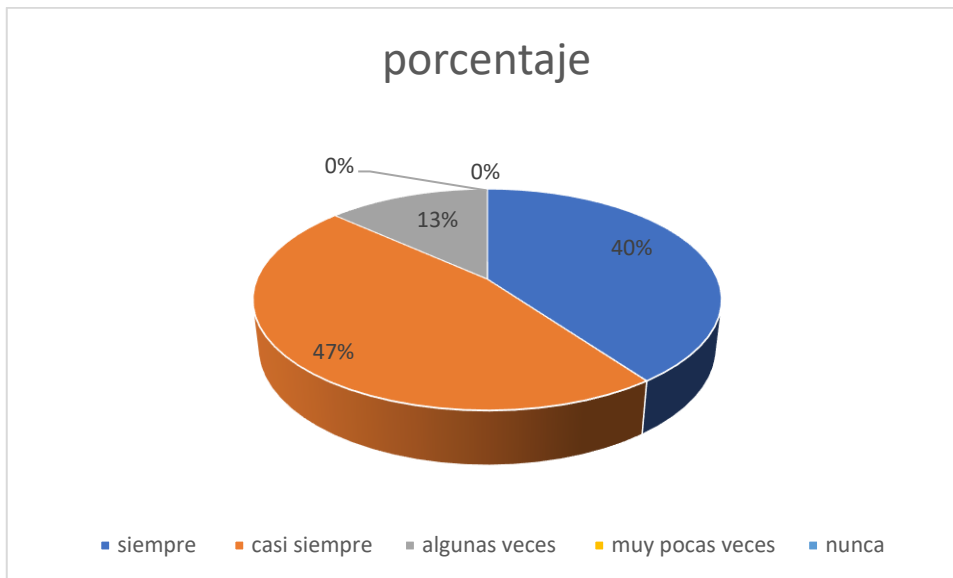
categoria	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	6	40%	40%
casi siempre	7	47%	87%
algunas veces	2	13%	100%

muy pocas veces	0	0%	100%
nunca	0	0%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 11**

*La necesidad de la adquisición de más productos en la empresa.*



**INTERPRETACION:** según la tabla 12 y la figura 11 respecto a la pregunta si es necesario la adquisición de más productos en la empresa, se obtuvo los siguientes resultados, el 40% dijo que siempre es necesario la adquisición de más productos en la empresa, el 47% dijo que casi siempre es necesario la adquisición de más productos y el 13% dijo algunas veces.

Lo que representa que los clientes de la empresa consideran que es necesario la adquisición de más productos en la empresa Renato J&J.

**Tabla 13**

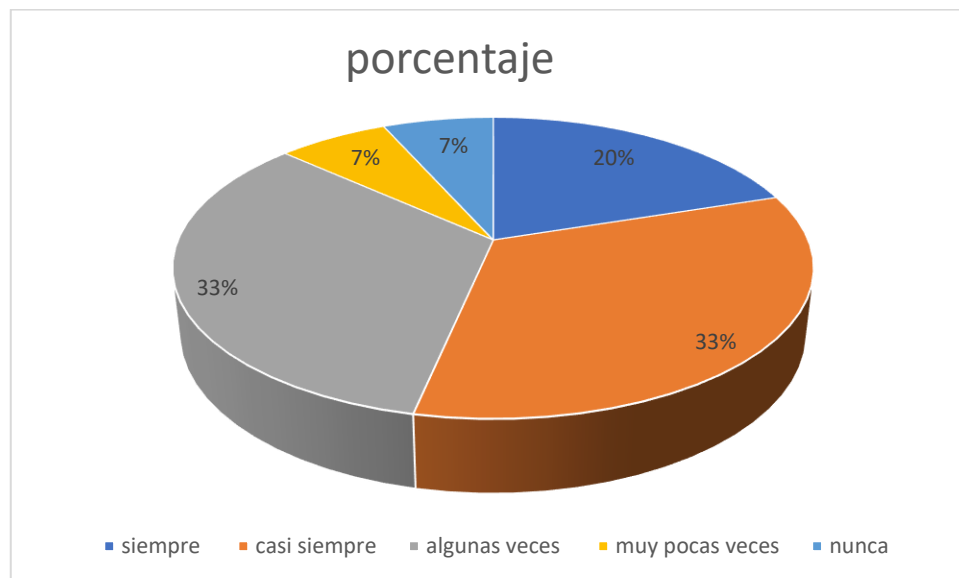
*Distribución de frecuencia sobre si se tiene una buena comunicación con los clientes.*

categoría	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	3	20%	20%
casi siempre	5	33%	53%
algunas veces	5	33%	87%
muy pocas veces	1	7%	93%
nunca	1	7%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 12**

*Se tiene una buena comunicación con los clientes.*



**INTERPRETACION:** Según la tabla 13 y la figura 12 referente a la pregunta si la empresa utiliza sus conocimientos para mejorar la comunicación con los clientes, se obtuvo los siguientes resultados, el 20% dijo que siempre utiliza sus conocimientos para la buena comunicación con sus clientes, el 33% dijo que casi siempre utiliza sus

conocimientos para una buena comunicación, el 33% dijo algunas veces, el 7% dijo muy pocas veces y el 7% dijo nunca.

Lo que representa que los clientes de la empresa Renato J&J consideran que la empresa si utiliza sus conocimientos para menorar la comunicación con los clientes.

**Tabla 14**

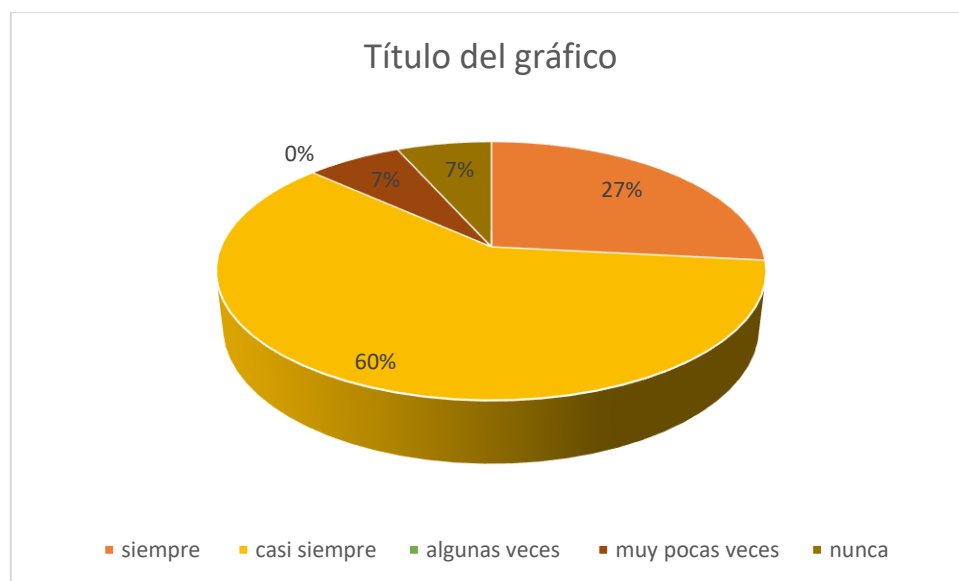
*Distribución de frecuencia sobre el manejo de conducta que tienen los trabajadores.*

categoria	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	4	27%	27%
casi siempre	9	60%	87%
algunas veces	0	0%	87%
muy pocas veces	1	7%	93%
nunca	1	7%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 13**

*El manejo de conducta que tienen los trabajadores.*



**INTERPRETACION:** Según la tabla 14 y la figura 13, referente a la pregunta sobre si los trabajadores manejan su conducta de manera correcta, se obtuvieron los

siguientes resultados, el 27% dijo que siempre los trabajadores manejan su conducta, el 60% dijo que casi siempre manejan de manera correcta su conducta, el 7% dijo muy pocas veces y 7% dijo nunca.

Lo que representa que los clientes de la empresa Renato J&J consideran que los trabajadores de la empresa manejan su conducta.

**Tabla 15**

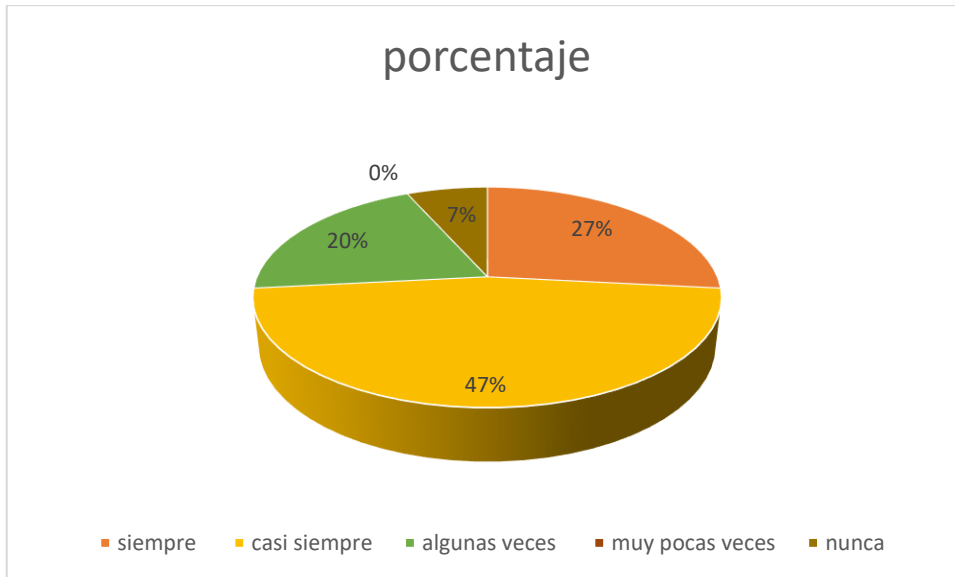
*Distribución de frecuencia sobre el conocimiento que tienen los trabajadores sobre los productos que ofrecen.*

<b>categoría</b>	<b>frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>	<b>porcentaje acumulado</b>
siempre	4	27%	27%
casi siempre	7	47%	73%
algunas veces	3	20%	93%
muy pocas veces	0	0%	93%
nunca	1	7%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 14**

*El conocimiento que tienen los trabajadores sobre los productos que ofrecen.*



**INTERPRETACION:** Según la tabla 15 y la figura 14 referente a la pregunta sobre si los trabajadores conocen sobre los productos de la empresa, se obtuvo los siguientes resultados, el 27% dijo que siempre los trabajadores tienen conocimiento sobre los productos, el 47% dijo que casi siempre los trabajadores tienen conocimiento sobre los productos, el 20% dijo algunas veces y el 7% dijo nunca.

Lo que representa que los clientes de la empresa Renato J&J consideran que los trabajadores si tienen conocimiento de la empresa.

**Tabla 16**

*Distribución de frecuencia sobre si los trabajadores tienen buenos hábitos de atención.*

<b>categoría</b>	<b>frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>	<b>porcentaje acumulado</b>
siempre	5	33%	33%
casi siempre	6	40%	73%
algunas veces	3	20%	93%
muy pocas veces	0	0%	93%
nunca	1	7%	100%

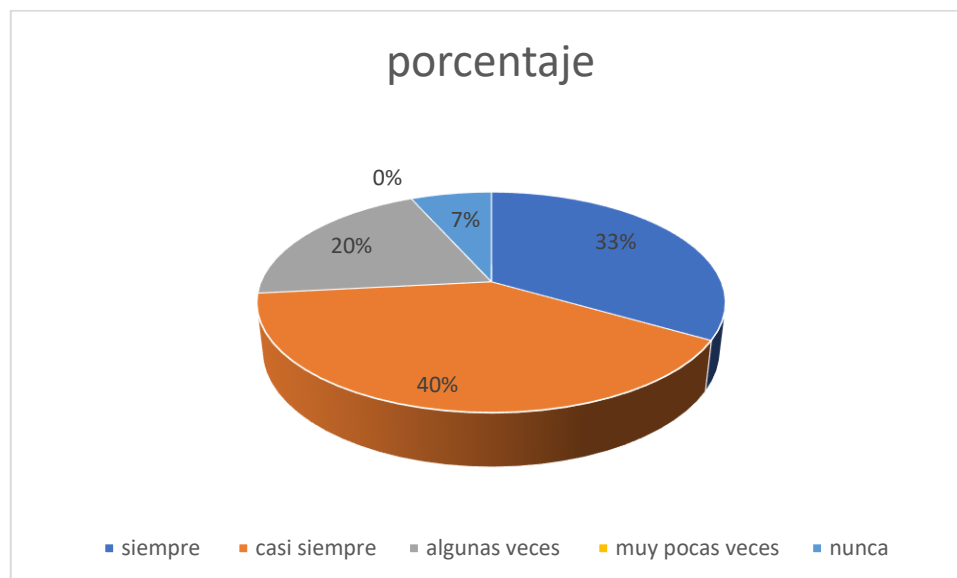


total	15	100%
-------	----	------

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 15**

*Los trabajadores tienen buenos hábitos de atención.*



**INTERPRETACION:** Según la tabla 16 y la figura 15 referente a la pregunta de que si los trabajadores tienen un buen habito de atención, se obtuvo los siguientes resultados, el 33% dijo que siempre tienen un buen habito de atención, el 40% dijo que casi siempre tienen un buen habito de atención, el 20% dijo que algunas veces tienen un buen habito de atención y el 7% dijo que nunca.

Lo que refiere que los clientes de la empresa renato J&J consideran que los trabajadores si tienen un buen habito de atención.

**Tabla 17**

*Distribución de frecuencia sobre si los trabajadores actúan de manera correcta con los clientes.*

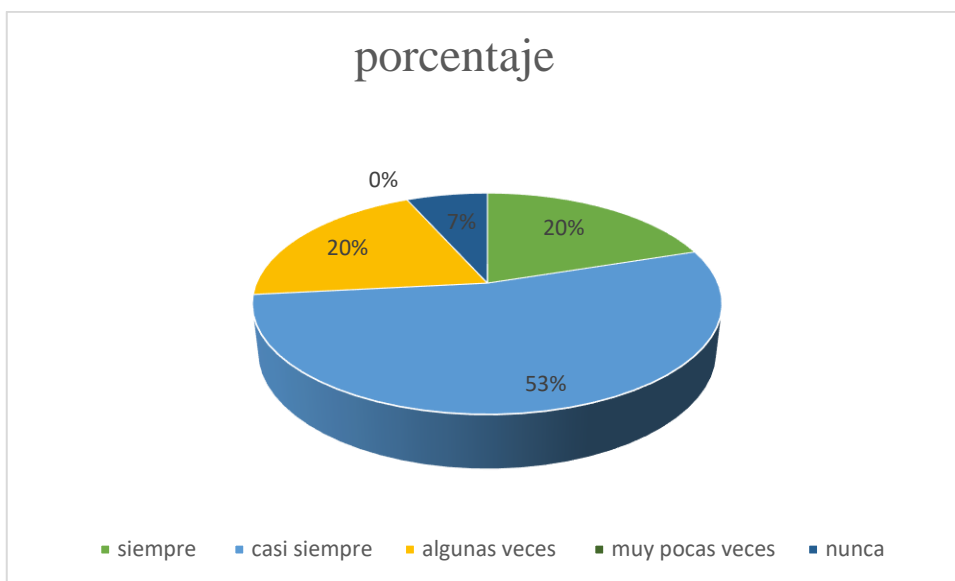
categoria	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	3	20%	20%
casi siempre	8	53%	73%

algunas veces	3	20%	93%
muy pocas veces	0	0%	93%
nunca	1	7%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 16**

*Los trabajadores actúan de manera correcta con los clientes.*



**INTERPRETACION:** Según la tabla 17 y la figura 16 referente a la pregunta sobre si es correcto el actuar de los trabajadores frente al cliente, se obtuvo los siguientes resultados, el 20% dijo que siempre es correcto el actuar de los trabajadores con los clientes, el 53% dijo que casi siempre es correcto el actuar de los trabajadores, el 20% dijo que algunas veces y el 7% dijo nunca.

Lo que representa que los clientes Renato J&J consideran que los trabajadores si actúan de manera correcta con los clientes.

**Tabla 18**

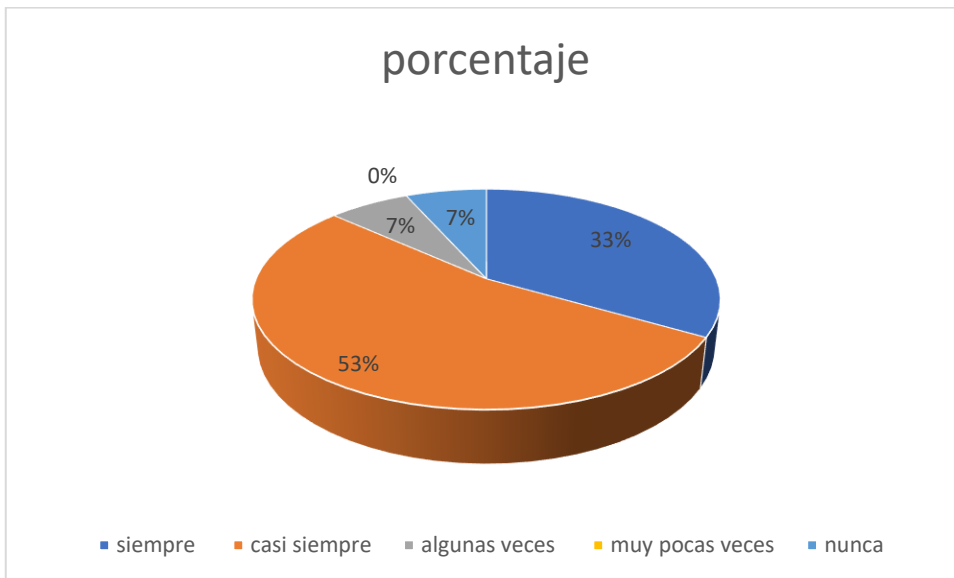
*Distribución de frecuencia sobre si los trabajadores son experimentados en la atención al cliente.*

categoría	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	5	33%	33%
casi siempre	8	53%	87%
algunas veces	1	7%	93%
muy pocas veces	0	0%	93%
Nunca	1	7%	100%
Total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 17**

*Los trabajadores son experimentados en la atención al cliente.*



**INTERPRETACION:** Según la tabla 18 y la figura 17 referente a la pregunta sobre la experiencia de atención de los trabajadores, se obtuvo los siguientes resultados, el 33% dijo que siempre tienen experiencia de atención, el 53% dijo que

casi siempre los trabajadores tienen experiencia de atención, el 7% dijo algunas veces y el 7% dijo nunca.

Lo que representa que los clientes Renato J&J consideran que los trabajadores si tienen experiencia de atención.

**Tabla 19**

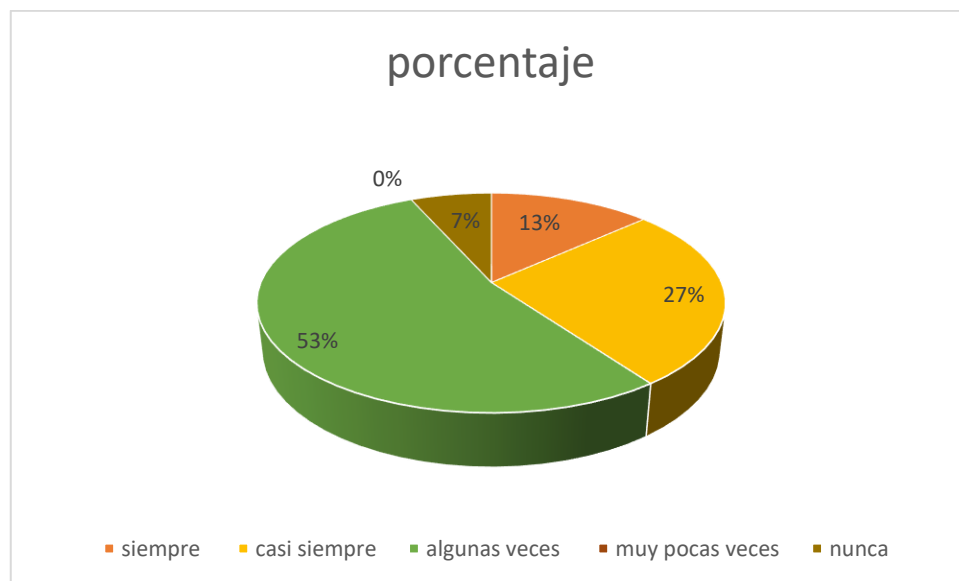
*Distribución de frecuencia sobre si los trabajadores usan el sentido común al momento de la atención.*

categoria	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	2	13%	13%
casi siempre	4	27%	40%
algunas veces	8	53%	93%
muy pocas veces	0	0%	93%
nunca	1	7%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 18**

*Los trabajadores usan el sentido común al momento de la atención.*



**INTERPRETACION:** Según la tabla 19 y la figura 18 referente a la pregunta si los trabajadores utilizan el sentido común para la atención, se obtuvieron los siguientes resultados, el 13% dijo que siempre utilizan el sentido común para la atención, el 27% dijo que casi siempre, el 53% dijo que algunas veces los trabajadores utilizan el sentido común para la atención y el 7% dijo que nunca.

Lo que representa que los clientes de la empresa Renato J&J consideran que los trabajadores si utilizan el sentido común.

**Tabla 20**

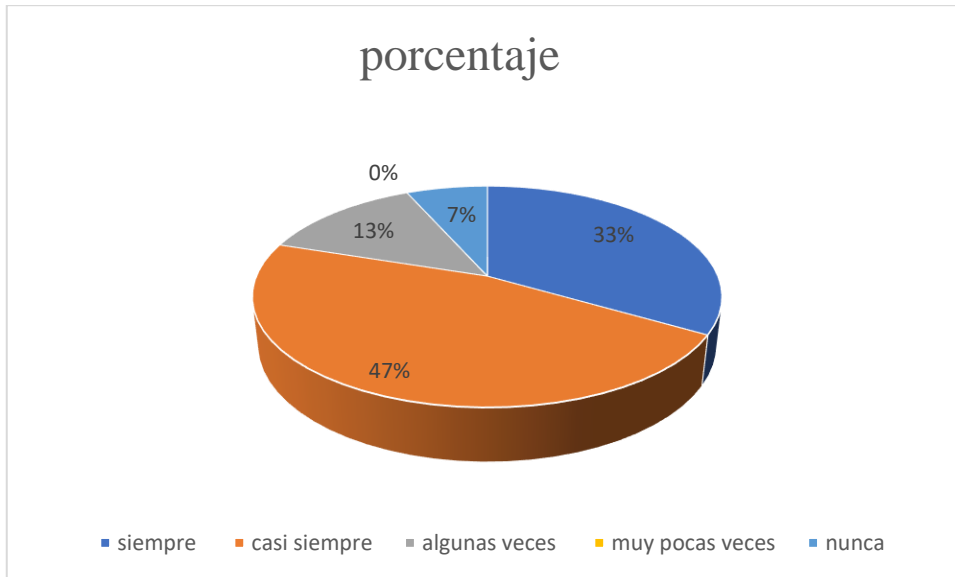
*Distribución de frecuencia si tienen una correcta capacidad de atención los trabajadores.*

<b>categoria</b>	<b>frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>	<b>porcentaje acumulado</b>
siempre	5	33%	33%
casi siempre	7	47%	80%
algunas veces	2	13%	93%
muy pocas veces	0	0%	93%
nunca	1	7%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 19**

*Tienen una correcta capacidad de atención los trabajadores*



**INTERPRETACION:** Según la tabla 20 y la figura 19 referente a la pregunta sobre si la capacidad de atención es la correcta, se obtuvieron los siguientes resultados, el 33% dijo que siempre es la correcta la capacidad de atención, el 47% dijo que casi siempre es correcta la atención, el 13% dijo algunas veces y el 7% dijo nunca.

Lo que representa que los clientes de la empresa Renato J&J consideran que la capacidad de atención si es la correcta.

**Tabla 21**

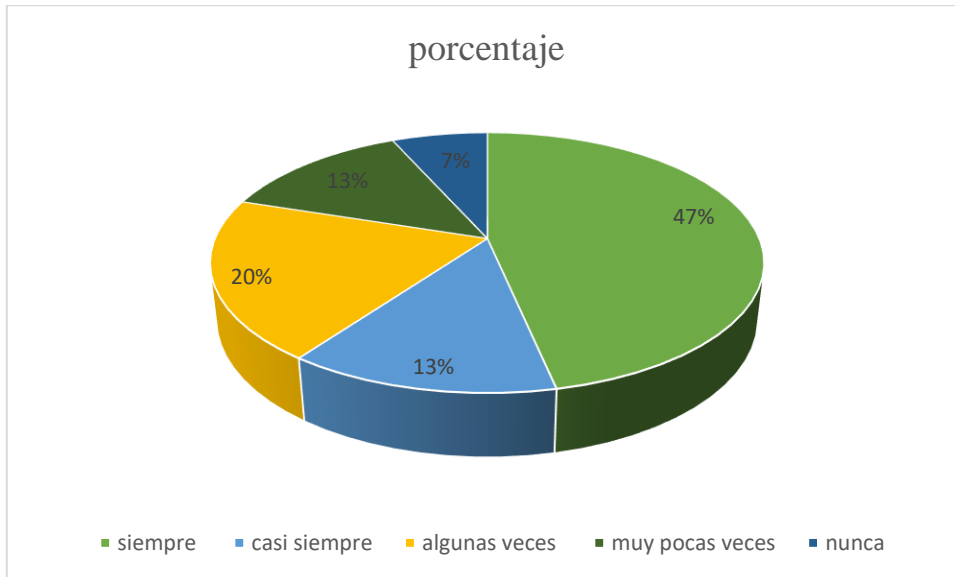
*Distribución de frecuencia sobre si los trabajadores están capacitados para desarrollar sus labores.*

categoria	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	7	47%	47%
casi siempre	2	13%	60%
algunas veces	3	20%	80%
muy pocas veces	2	13%	93%
nunca	1	7%	100%
total	15	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Renato J&J

**figura 20**

*los trabajadores están capacitados para desarrollar sus labores.*



**INTERPRETACION:** Según la tabla 21 y la figura 20 referente a la pregunta sobre si la empresa tiene trabajadores capacitados para desarrollar sus labores, se obtuvo los siguientes resultados, el 47% dijo que siempre tienen trabajadores capacitados, el 13% dijo que casi siempre tienen trabajadores capacitados, el 20% dijo algunas veces, el 13% muy pocas veces y el 7% dijo nunca.

Lo que representa que los clientes de la empresa Renato J&J consideran que si tienen trabajadores capacitados para desarrollar sus labores.

### V.1.1 RESULTADOS INFERENCIALES

Para poder conocer el grado de relación, tomaremos un margen que ha sido planteado para la correlación de r de Pearson y este detalla de la siguiente manera:

**Tabla 22**  
*Significancia del coeficiente de correlación*

SIGNIFICANCIA DEL COEFICIENTE DE CORRELACION	
Margen	Interpretación
1.00 – 0.81	Correlación positiva perfecta
0.80 – 0.61	Correlación positiva muy fuerte
0.60 – 0.41	Correlación positiva fuerte
0.40 – 0.21	Correlación positiva moderada
0.20 – 0.01	Correlación positiva frágil
0.00	Correlación no existente

#### Hipótesis general

Ha: La relación de la gestión de la calidad y atención al cliente es significativa, de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L –Satipo

Ho: La relación de la gestión de la calidad y atención al cliente no es significativa, de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L –Satipo

**Tabla 23**  
*Correlación entre la V1 Gestión de calidad y V2 Atención al cliente*

		V1	V2
V1	Correlación de Pearson	1	,767**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	15	15
V2	Correlación de Pearson	,767**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	15	15

Nota: Datos tomados de la medición de Pearson, la correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).



**INTERPRETACION:** Según la tabla 22 se observó el valor de la significancia es de  $P=0,001$  en la relación entre la variable Gestión de Calidad y Atención al Cliente, llegando a determinar que existe una relación positiva fuerte entre ambas variables.

#### **PRUEBA DE HIPOTESIS GENERAL**

De acuerdo a la investigación se determinó a través de la significancia el porcentaje de error del 0,1%. De tal modo que se midió que la probabilidad está por debajo del 5%, afirmando así que existe una relación positiva fuerte entre ambas variables, por lo tanto, se acepta la hipótesis  $H_a$  planteada por el investigador.

#### **PLANTEAMIENTO DEL OBJETIVO GENERAL**

Determinar la relación que tiene la gestión de calidad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L –Satipo.

#### **RESPUESTA AL OBJETIVO GENERAL**

Se definió la existencia de un margen de error de 0,1%, el cual se encuentra por debajo del 5% comprobando la hipótesis y afirmando la relación positiva fuerte que se encuentra entre ambas variables de investigación.

Finalmente se observó el resultado de coeficiente  $r = 0,767$  logrando cuantificar la relación entre las variables, concluyendo que las variables se relacionan de manera positiva con una intensidad fuerte entre la gestión de calidad y atención al cliente.

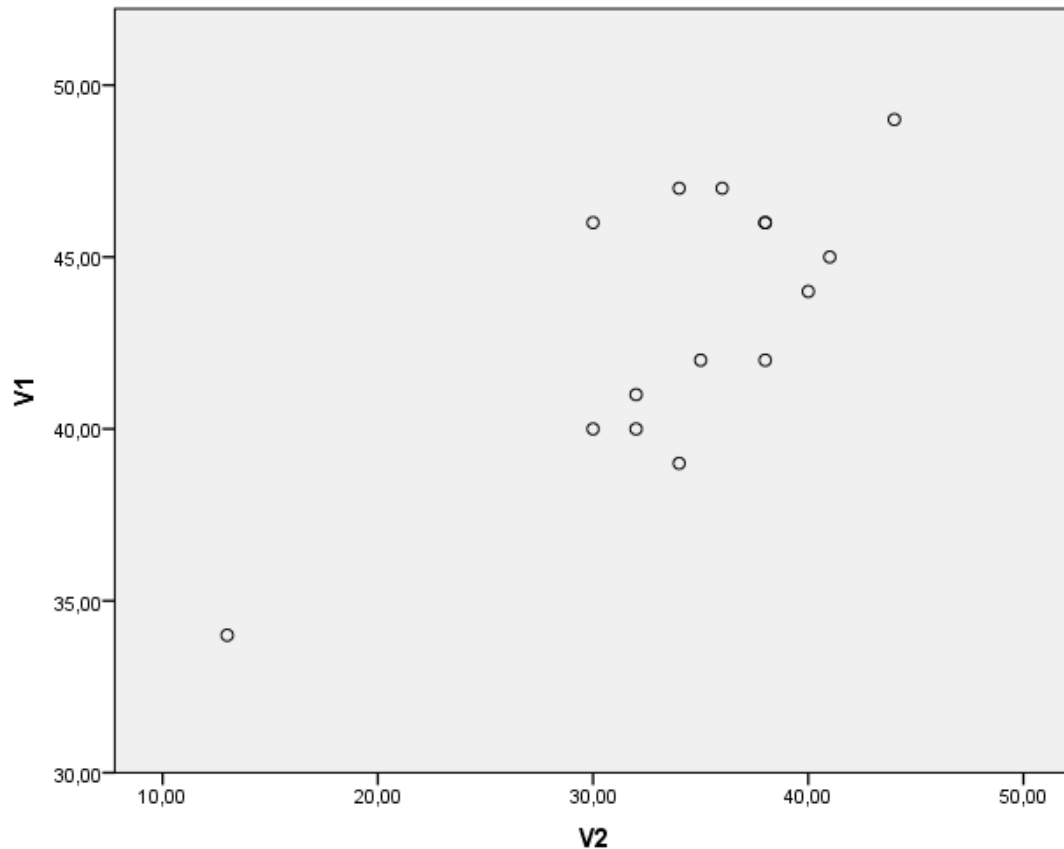


figura 21. Medida de dispersion de la V1 y V2.

**HIPOTESIS ESPECIFICA 01**

Ha: La relación de la gestión empresarial y la atención al cliente es significativa en la empresa Renato J&J E.I.R.L.

H<sub>0</sub>: La relación de la gestión empresarial y la atención al cliente no es significativa en la empresa Renato J&J E.I.R.L.

**Tabla 24**

*Correlación entre la D1 Gestión empresarial y la V2 Atención al Cliente*

	D1	V2
D1	Correlación de Pearson	,636*
	Sig. (bilateral)	,011
	N	15
V2	Correlación de Pearson	,636*
	Sig. (bilateral)	,011
	N	15

Nota: Datos tomados de la medición de Pearson, la correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

#### INTERPRETACION:

En la tabla 23 se observó el valor de la significancia es de  $P = 0,011$  en la relación entre gestión empresarial y atención al cliente determinando si existe una relación positiva muy fuerte.

#### PRUEBA DE HIPOTESIS ESPECIFICA O1

De acuerdo a la investigación se determinó a través de significancia del porcentaje de error del 1,1%. De tal manera se midió que la probabilidad de error se encuentra por debajo del 5% afirmando que existe una relación positiva entre a más variables, por ello, se acepta la hipótesis  $H_a$  planteada por el investigador.

#### PLANTEAMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO 01

Determinar la relación que tiene la gestión empresarial con la atención al cliente en la empresa Renato J&J E.I.R.L.

#### RESPUESTA AL OBJETIVO ESPECÍFICO 01

se definió la existencia de un margen de error del 1,1% lo cual se encuentra por debajo del 5% comprobando la hipótesis y afirmando la relación positiva que se encuentra entre la gestión empresarial y la atención al cliente.

Finalmente se observa el resultado del coeficiente  $r = 0,636$  que cuantifico la relación entre la gestión empresarial y atención al cliente, concluyendo que estas se relacionan de manera positiva con una intensidad muy fuerte.

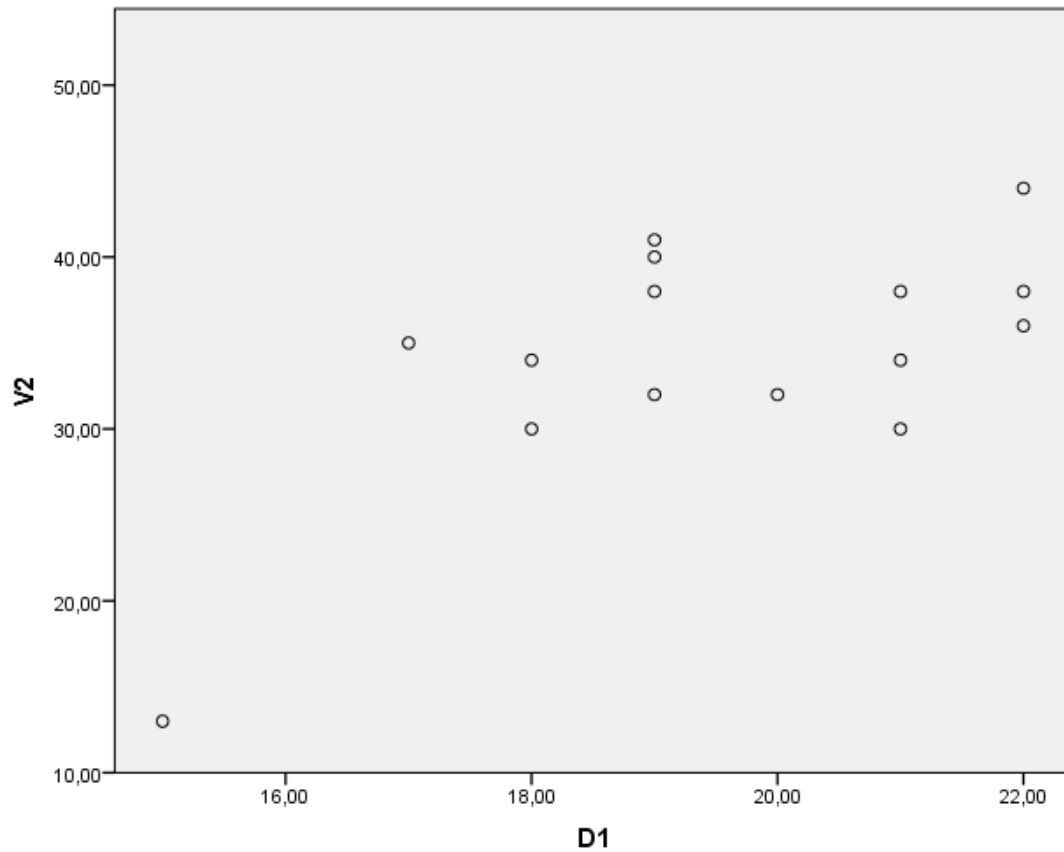


figura 22. Medida de dispersion de la D1 y V2

### **HIPOTESIS ESPECIFICA 01**

Ha: La relación de estructura organizacional y la atención al cliente es significativa en la empresa Renato J&J E.I.R.L.

H<sub>0</sub>: La relación de estructura organizacional y la atención al cliente no es significativa en la empresa Renato J&J E.I.R.L.

**Tabla 25**

*Correlación entre la estructura organizacional y la atención al cliente*

	D2	V2
Correlación de Pearson	1	,736**
D2 Sig. (bilateral)		,002
N	15	15
Correlación de Pearson	,736**	1
V2 Sig. (bilateral)	,002	
N	15	15

Nota: Datos tomados de la medición de Pearson, la correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

INTERPRETACION: Según la tabla 24 se puede observar el valor de la significancia es de  $P=0,002$  en la relación entre la estructura organizacional y la atención al cliente determinando que existe una relación positiva.

#### PRUEBA DE HIPOTESIS ESPECIFICA 02

De acuerdo a la investigación se determinó a través de significancia el porcentaje de error del 0,02%. De tal manera se midió que la probabilidad de error se encuentra por debajo del 5%, afirmando así que existe una relación de manera positiva entre la estructura organizacional y la atención al cliente, por lo tanto, se acepta la hipótesis  $H_a$  planteada por el investigador.

#### PLANTEAMIENTO DEL OBJETIVO ESPECIFICO 02

Determinar la relación que tiene la estructura organizacional con la atención al cliente en la empresa Renato J&J E.I.R.L.

#### RESPUESTA DEL OBJETIVO ESPECIFICO 02

Se determino la existencia de un margen de error del 0,02% lo cual se encuentra por debajo del 5% comprobando la hipótesis y afirmando la relación directa que se encuentra entre la estructura organizacional y atención al cliente.

Finalmente se observó el resultado del coeficiente  $r = 0,736$  que cuantifico la relación entre la estructura organizacional y la atención al cliente, concluyendo que estas se relacionan de manera positiva con una intensidad muy fuerte.

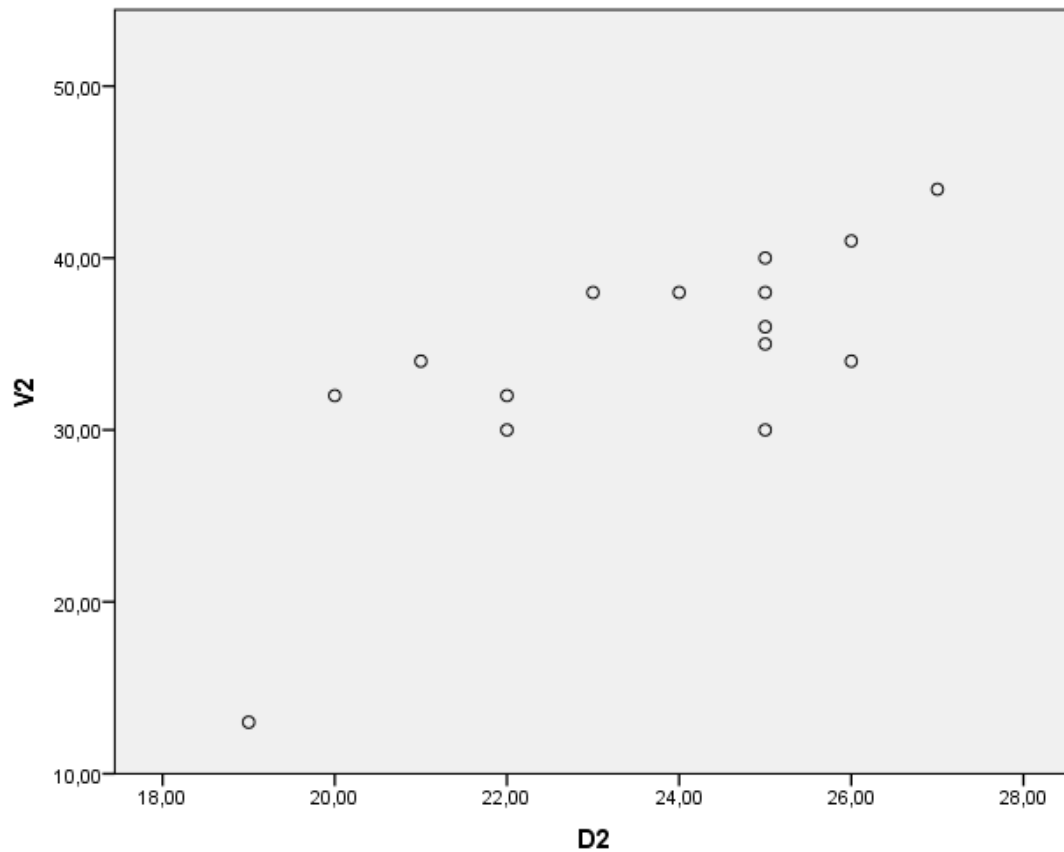


figura 23. Medida de dispersion de la V2 y D2.

## **V.2ANALISIS DE RESULTADOS**

### **RESPECTO A LA HIPOTESIS GENERAL**

A través del valor  $P=0,001$  que logra determinar la probabilidad de un error del 0,1% y afirmar que existe una relación entre la variable gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L – Satipo.

El resuelve que se determinó que existe una relación entre la gestión de calidad y la atención al cliente con un coeficiente hallado es de  $r = 0,767$ . En comparación con De la Cruz (2019) en su tesis “*Gestión de atención al cliente y calidad total de la empresa Todoffice S.A.C. San Martín de Porres, Lima 2018*” podemos llegar a la conclusión que ambas variables se correlacionan de manera positiva con una intensidad muy fuerte que guarda similitud con lo dicho por el autor en mención.

De la misma manera, en relación con la tesis de Villacorta (2019) “*gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los jardines, Trujillo 2018*” nos menciona que el 91% de sus encuestados consideran que es importante la mejora de la atención al cliente para que vuelvan estos, llegando a la conclusión que es importante conocer el termino gestión de calidad y de tal modo poder plasmarlo en la atención al cliente.

### **CON RESPECTO A LA HIPOTESIS ESPECIFICA 01**

A través del valor obtenido  $P=0,011$  que representa una probabilidad de error del 1,1% que confirma la relación entre la gestión empresarial y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L – Satipo.

Decimos que existe una relación entre la gestión empresarial y la atención al cliente con un coeficiente hallado de  $r = 0,636$ . Podemos concluir que la gestión empresarial que define según Chinchilla (2017) como estrategias y destrezas, de este modo podemos decir que se relaciona de manera positiva con una intensidad muy fuerte con la atención al cliente que define Eliecer (2014) como un conjunto de estrategias diseñadas por la organización para la satisfacción de las necesidades del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L – Satipo.

### **CON RESPECTO A LA HIPÓTESIS ESPECIFICA 02**

El valor  $P=0,002$  que se obtuvo en la investigación, podemos determinar la probabilidad de error se encuentra en un 0,02% y podemos confirmar la relación que existe entre la estructura organizacional y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L – Satipo.

Se prueba que existe una relación entre la estructura organizacional y la atención al cliente con un coeficiente de  $r = 0,736$ . De tal modo podemos concluir que la estructura organizacional que define según Pérez (2018) como la necesidad de toda organización para ser diferente a las demás y poder ofrecer un servicio de calidad, de esta manera se concluye que existe una relación positiva muy fuerte con la atención al cliente que define Pérez (2006) como la demostración de cultura a la hora de la atención en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L – Satipo.



## VI CONCLUSION

En este proyecto de investigación se determinó la relación que tiene la gestión de calidad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L –Satipo. Lo más importante de poder determinar la relación fue conocer la relación que existe entre la gestión de calidad y atención al cliente.

Con respecto al objetivo general

Se halló un margen de error del 0,01% el cual está por debajo del 5%, de esta manera se demuestra la hipótesis  $H_a$ , afirmando que existe una relación positiva fuerte entre ambas variables.

De mismo modo, se pudo observar el resultado del coeficiente  $r= 0.767$  esto ayudó a cuantificar la relación entre variables, se concluye la relación entre ambas variables de manera positiva con una intensidad fuerte entre ambas variables.

Gracias a la relación que se pudo determinar entre la gestión de calidad y la atención al cliente en esta investigación, se logró conocer la importancia de la buena atención al cliente para poder alcanzar los objetivos empresariales planteados en la gestión, del mismo modo alcanzar un nivel de calidad muy alto en la empresa Renato J&J E.I.R.L.

### **Con respecto al objetivo específico 01.**

Se conoció un margen de error del 1,1% el cual se encuentra por debajo del 5%, esto afirma que existe una relación positiva entre la variable y la dimensión, por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada por el investigador.

Posteriormente se determinó el coeficiente  $r= 0,636$  que cuantifica la relación entre la gestión empresarial y atención al cliente, concluyendo que se relacionan de manera positiva con una intensidad moderada.

La relación que se pudo determinar entre la gestión empresarial y la atención al cliente en esta investigación, ayudo conocer la importancia de contar con buena gestión empresarial para que los trabajadores puedan brindar la mejor de las atenciones a los clientes de la empresa Renato J&J E.I.R.L.

### **Con respecto al objetivo específico 02**

Se pudo determinar un margen de error del 0,02%, conociendo que se encuentra por debajo del 5%, de este modo, se afirma que existe una relación de manera positiva entre la estructura organizacional y la atención al cliente, aceptando la hipótesis planteada por el investigador.

Finalmente se determino el coeficiente  $r= 0,736$  que logra cuantificar la relación entre la estructura organizacional y la atención al cliente concluyendo que estas se relacionan de manera positiva con una intensidad muy fuerte.

La relación que se pudo determinar entre la estructura organizacional y la atención al cliente en esta investigación, ayudo a demostrar que tan necesario es contar una estructura organizacional dentro de tu empresa, debido a que esto ayuda mejorar la atención al cliente, por lo tanto, el crecimiento de la empresa Renato J&J E.I.R.L. en el mercado Satipeño.

## **VII RECOMENDACIONES**

➤ Recibir orientación de manejo adecuado de la gestión de calidad de una organización, ya que de esta manera podrás conocer la manera correcta de cómo debe ser la atención al cliente.

➤ Realizar charlas para los trabajadores de la empresa como una estrategia de mejora en la atención al cliente, puesto que ellos son la primera impresión que se llevan los clientes de la empresa, estas charlas deben estar dedicadas a la forma de socializar con el cliente, la tolerancia con el poco conocimiento de algunos clientes, es decir, fomentar la empatía y controlar las emociones.

➤ Realizar mediciones de cómo se siente el cliente con el servicio que recibe, para ello la manera más fácil es realizar una encuesta.

➤ Promover el trabajo en equipo entre los trabajadores, de esta manera se tendrá un mejor ambiente en la empresa.

➤ Implementar un sistema de atención al cliente, para evitar las colas, aglomeraciones y hacer perder tiempo valioso a los clientes.

➤ Mejorar la responsabilidad de parte de los trabajadores para tener más orden en el inventario en los productos

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arévalo, C. (2021) *caracterización de la gestión de calidad y productividad en las mypes, piladoras de arroz en la arena (Piura) año 2021*  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/22381/GESTI%  
%93N%20DE%20CALIDAD\\_PRODUCTIVIDAD\\_MYPE\\_AREVALO\\_CASTILLO\\_LUZ\\_MERY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/22381/GESTI%c3%93N%20DE%20CALIDAD_PRODUCTIVIDAD_MYPE_AREVALO_CASTILLO_LUZ_MERY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arias, P. (2012). *implementación del sistema de gestión de calidad en la empresa quality & consulting group s.a.s. conforme a la norma iso 90001:200.*  
[https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9057/Proyecto%20fina  
l%20Q%26CG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9057/Proyecto%20final%20Q%26CG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ariza, F. & Ariza, J. (2014) *Información y atención al cliente. Recuperado de Comercio y marketing:*  
<http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196813.pdf>
- Arrascue Delgado, J. E. & Segura Cardozo, E. B. (2016). *Gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “Clinifer” Chiclayo-2015.*  
<http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/2283>
- Bastidas, E. (2018). *La estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio en centros de educación inicial.*  
[http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6233/1/T2664-MAE-Bastidas-  
La%20estructura.pdf](http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6233/1/T2664-MAE-Bastidas-La%20estructura.pdf)
- Bonilla-Pastor, E. U. d. L. (. (2015). *La gestión de la calidad y su relación con los costos de desechos y desperdicios en las mypes de la confección textil.*  
[https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria\\_industrial/article/view/532](https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria_industrial/article/view/532)
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2016). *Gestión de calidad: conceptos, Enfoques, modelos y sistemas.*  
[https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-  
calidad.pdf](https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf)
- Caurin, J. (2018). Satisfacción del cliente.  
<https://www.emprendepyme.net/satisfaccion-del-cliente>
- Claudia De la Cruz. (2019) *“Gestión de atención al cliente y calidad total de la empresa Todoffice S.A.C, San Martin de Porres, 2018”*

- <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43227?show=full>
- Cristian chinchilla (2017) *Gestión empresarial & innovación*.  
<http://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Revista-Profesional-Vol-1.pdf>
- Cuatrecasas, L. (s.f.). *Gestión integral de la calidad (ediciones Gestión 2000 ed., Vol. 3ra edición)*.  
[https://books.google.com.pe/books?id=lesMDtTMTvkC&printsec=frontcover&hl=e%20s&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=lesMDtTMTvkC&printsec=frontcover&hl=e%20s&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Danny Ontaneda. (2015) *La Estrategia Empresarial y su incidencia en la Venta de los productos terminados de la empresa Fundamentales del Norte de la ciudad de Tulcán*  
<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/313/1/279%20La%20Estrategia%20Empresarial%20y%20su%20incidencia%20en%20la%20Venta%20de%20los%20productos.pdf>
- Diaz, B. (2013) *Metodología de investigación en educación médica La entrevista, recurso flexible y dinámico*.  
<https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Echevarría Cabrera (2017) *nivel de conocimiento sobre salud bucal en estudiantes de 2do grado de secundaria de la i.e. “republica peruana n° 88031” del distrito de Chimbote, provincia del santa, región Áncash, año 2016*.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7900/NIVEL\\_DE\\_CONOCIMIENTO\\_EN\\_SALUD\\_BUCAL\\_ENFERMEDADES\\_BUCALES\\_ECHEVARRIA\\_CABRERA\\_HAROL\\_EDUARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7900/NIVEL_DE_CONOCIMIENTO_EN_SALUD_BUCAL_ENFERMEDADES_BUCALES_ECHEVARRIA_CABRERA_HAROL_EDUARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hilder Villacorta. (2019) *“Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Restaurante, Urbanización los Jardines, Trujillo 2018”*.  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9253>
- Gaitán, M. (2017). *proyecto de mejora de servicio al cliente en la empresa distribuciones AC SAS*.  
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9132/GaitanNubia2017.pdf>

- Gremler, (2009). *calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías*.  
[http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina\\_%C3%91ahuirima\\_Tesis\\_Titulo\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_%C3%91ahuirima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gutiérrez H. y Huamán A. (2014) *influencia de la motivación laboral en la productividad en la financiera uno oechsle – Huancayo*  
<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/2474/Gutierrez%20Huaman-Huaman%20Araujo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Jorge, Eliecer. (2014). *Gerencia del servicio la clave para ganar a todos*.  
[https://books.google.com.pe/books?id=N8K4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=N8K4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- James, P. (2000). *Gestión de la Calidad Total: un texto introductorio*.  
[https://books.google.com.pe/books/about/La\\_gesti%C3%B3n\\_de\\_la\\_calidad\\_total.h%20tml?id=Ug-mQQAACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/La_gesti%C3%B3n_de_la_calidad_total.h%20tml?id=Ug-mQQAACAAJ&redir_esc=y)
- Lizet Rivera (2019). *calidad del servicio que brinda la empresa elévate business y estrategias para su mejora*  
<http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/2084/ADM-RIV-MER-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- López, M. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil*.  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Lukac, (2012). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*.  
<https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>
- Mendoza, G. (2016). *La ciencia de la administración de empresa*.  
<file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/DialnetLaCienciaDeLaAdministracionDeEmpresas-5802887.pdf>
- Patricia Lucas (2014) *Gestión de las empresas por proceso*.  
[https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/23486/PFC\\_EOI\\_PLA\\_201406\\_Gesti%C3%B3n%20de%20las%20Empresas%20por%20Procesos.pdf](https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/23486/PFC_EOI_PLA_201406_Gesti%C3%B3n%20de%20las%20Empresas%20por%20Procesos.pdf)
- Peña Moran (2019) *caracterización de calidad de servicio en las mypes del sector servicio rubro multiservicios: “caso servicios múltiples galney” – en el distrito*

- de tumbes, año 2019.*  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14821/CALIDAD\\_SERVICIOS\\_MYPES\\_LESLY\\_LISETH\\_PE%c3%91A\\_MORAN.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14821/CALIDAD_SERVICIOS_MYPES_LESLY_LISETH_PE%c3%91A_MORAN.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Quispe, A. (2013). *La Gestión Empresarial y el Impacto en el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, gestionado a través del Convenio Binacional ALBA-TCP, entre el Estado Plurinacional de Bolivia y la República Bolivariana de Venezuela, en las gestiones 2006-2012.*  
<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/3844/T-1445.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Richard L. Daft (s.f) *teoría y diseño organizacional.*  
<https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/a470398d881ef04626b994461fc4879b.pdf>
- Ramírez Diaz. (2019) *gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector comercial, rubro joyería distrito de Callería, año 2019.*  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14426/GESTION\\_PLANEACION\\_RAMIREZ\\_DIAZ\\_MOISES.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14426/GESTION_PLANEACION_RAMIREZ_DIAZ_MOISES.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rojas, E. (2016) *uso del modelo del sistema nacional de planeamiento estratégico para la mejora de la gestión pública en la municipalidad distrital de Julcán – 2016.*  
<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3402/Rojas%20Estrada.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Roncal Capcha, N. M. (2019). *La gestión de calidad y la competitividad en los micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro boticas del cercado de la provincia de Satipo, año 2017.*  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11551>
- Stieben. (2017) *El enfoque de las capacidades, la capacidad de búsqueda de información y el autoaprendizaje*  
<https://www.redalyc.org/pdf/145/14551170010.pdf>
- Varela, m. (2020) *la gestión empresarial.*  
<https://www.cursosfemxa.es/blog/4-puntos-basicos-gestion-empresarial>

## ANEXOS

### INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

N°	ITEMS	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
<b>D1: Gestión Empresarial</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1	¿Cree usted que la empresa Renato J&J analiza la gestión de recursos empresariales?					
2	¿los clientes de la empresa Renato J&J satisfacen sus necesidades con los productos que les brindan?					
3	¿Cree usted que es necesario que la empresa Renato J&J deba analizar la gestión de recursos empresariales?					
4	¿Considera que es necesario evaluar la gestión de procesos empresariales en la empresa Renato J&J?					
5	¿Cree usted que evalúan la gestión de proceso empresariales en la empresa Renato J&J?					
<b>D2: Estructura organizacional</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
6	¿Considera que la estrategia de la empresa Renato J&J es eficiente?					
7	¿Cree usted que la estrategia de bajar los precios de los productos sea lo correcto en la empresa Renato J&J?					
8	¿Considera que la empresa Renato J&J ofrece un servicio de calidad?					
9	¿Cree usted que la empresa Renato J&J le falta servicio de calidad?					
10	¿Cree usted que la empresa Renato J&J tiene una buena productividad?					
11	¿Considera que es necesario la adquisición de más productos en la empresa Renato J&J?					
<b>D3: Cultura</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
12	¿La empresa Renato J&J aplica sus conocimientos para mejorar la comunicación con sus clientes?					
13	¿los trabajadores de la empresa Renato J&J manejan su conducta de manera correcta?					
14	¿Los trabajadores de la empresa Renato J&J tienen conocimiento sobre los productos?					
15	¿Los trabajadores de la empresa Renato J&J tienen buenos hábitos de atención?					
16	¿El actuar de los trabajadores de la empresa Renato J&J con los clientes es de manera correcta?					
<b>D4: Actitud</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
17	¿los trabajadores de la empresa Renato J&J tienen experiencia en atención?					
18	¿los trabajadores de la empresa Renato J&J utilizan el sentido común para la atención a sus clientes?					
19	¿la capacidad de atención de los trabajadores de la empresa Renato J&J es la correcta?					
20	¿La empresa Renato J&J tiene trabajadores capacitados para desarrollar sus labores?					



# VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Gestión de calidad y atención al cliente del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L -satipo, 2020.

### II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Cuestionario para determinar la relación que tiene la gestión de calidad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L - Satipo.

### III. TESISISTA

Torres Mejia Rusbel Bryan

### IV. DECISIÓN

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de la variable en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.


OBSERVACIONES:

.....  
.....

APROBADO:

SI

NO

  
EXPERTO EVALUADOR  
*Lic. Adm. N. H. Mejia Rojas*  
C.I.A.O.: 18356



## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Gestión de calidad y atención al cliente del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L – Satipo, 2020.

### II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Cuestionario para determinar la relación que tiene la gestión de calidad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Renato J&J E.I.R.L – Satipo.

### III. TESISISTA

Torres Mejía Rusbel Bryan

### IV. DECISIÓN

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de la variable en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:



.....

.....

APROBADO:

SI

NO

  
  
Lid. Edgar L. Huaringa Anticona  
COORD DE ADMINISTRACIÓN

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE ORIGINALIDAD

---



FUENTES PRIMARIAS

---



Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo