



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE

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

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE,  
PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO  
INDUSTRIAL DEL PERÚ: CASO FOREST PRODUCT  
FLORIDA S.A.C - CALLERÍA, 2021.**

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

**AUTORA**

**FLORES TORRES, KAREN ELIZABETH**

**ORCID: 0000-0002-1881-7313**

**ASESOR**

**CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS**

**ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**PUCALLPA, PERÚ**

**2023**



**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ACTA N° 0182-061-2023 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS**

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **16:00** horas del día **25** de **Junio** del **2023** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL** Presidente  
**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA** Miembro  
**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE** Miembro  
**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS** Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE, PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO INDUSTRIAL DEL PERÚ: CASO FOREST PRODUCT FLORIDA S.A.C - CALLERÍA, 2021**

**Presentada Por :**  
(1811120064) **FLORES TORRES KAREN ELIZABETH**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **14**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL**  
Presidente

**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA**  
Miembro

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE**  
Miembro

**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**  
Asesor



## CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE, PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO INDUSTRIAL DEL PERÚ: CASO FOREST PRODUCT FLORIDA S.A.C - CALLERÍA, 2021. Del (de la) estudiante FLORES TORRES KAREN ELIZABETH , asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 8% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 30 de Setiembre del 2023

---

Mg. Roxana Torres Guzmán  
Responsable de Integridad Científica

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Flores Torres, Karen Elizabeth

ORCID: 0000-0002-1881-7313

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

### **ASESOR**

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

### **JURADO**

Limo Vásquez Miguel Angel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Llenque Tume Santos Felipe

ORCID: 0000-0001-9140-3451

Zenozain Cordero Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

## **JURADOS**

---

Limo Vásquez Miguel Angel

**Presidente**

---

Llenque Tume Santos Felipe

**Jurado**

---

Zenozain Cordero Carmen Rosa

**Jurado**

---

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

**Asesor**

## **DEDICATORIA**

“A mi gran familia, por ser pieza fundamental de mi crecimiento personal, profesional y quienes son mi mayor motivación para cada paso firme y decidido en mi vida”.

## **AGRADECIMIENTO**

“Agradezco a Dios y mis padres por brindarme la vida y salud, a la universidad por ser mi casa de estudio, a cada uno de los docentes y asesor, quienes me brindaron sus mejores enseñanzas y fueron ejemplo para lograr mis metas”.

## ÍNDICE GENERAL

|   |    |
|---|----|
| EQUIPO DE TRABAJO.....  | 2  |
| JURADOS.....  | 3  |
| DEDICATORIA .....   | 4  |
| AGRADECIMIENTO.....   | 5  |
| ÍNDICE GENERAL.....   | 6  |
| LISTA DE TABLAS.....  | 8  |
| LISTA DE FIGURAS .....  | 9  |
| RESUMEN.....  | 10 |
| ABSTRACT.....   | 11 |
| I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....                              | 12 |
| II. MARCO TEÓRICO .....   | 15 |
| 2.1. Antecedentes .....   | 15 |
| 2.2. Bases teóricas .....                                       | 22 |
| 2.3. Hipótesis.....   | 30 |
| III. METODOLOGÍA .....  | 31 |
| 3.1. Tipo, nivel y diseño de la investigación.....              | 31 |
| 3.2. Población y muestra .....                                  | 31 |
| 3.3. Variable, definición y operacionalización.....             | 32 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información..... | 33 |
| 3.5. Método de análisis de datos .....                          | 33 |
| 3.6. Aspectos éticos.....                                       | 33 |
| IV. RESULTADOS.....   | 35 |
| V. DISCUSIÓN .....  | 57 |
| VI. CONCLUSIONES .....  | 60 |
| VII. RECOMENDACIONES .....                                      | 62 |
| PROPUESTA DE MEJORA.....  | 63 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....                                 | 65 |
| ANEXOS.....   | 68 |
| Anexo 1. Matriz de consistencia .....                           | 68 |
| Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos.....              | 69 |
| Anexo 4. Confiabilidad del instrumento .....                    | 78 |



|   |    |
|---|----|
| Anexo 5. Formato de consentimiento informado..... | 79 |
| Anexo 6. Evidencias.....                          | 80 |

## LISTA DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 Edad del propietario de la mype .....  | 35 |
| Tabla 2 Sexo del propietario de la mype .....  | 36 |
| Tabla 3 Grado de instrucción del propietario de la mype.....   | 37 |
| Tabla 4 Tiempo que desempeña en el cargo.....  | 38 |
| Tabla 5 Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro .....  | 39 |
| Tabla 6 Número de trabajadores.....  | 40 |
| Tabla 7 Objetivo de la creación de la empresa.....   | 41 |
| Tabla 8 Conoce el término atención al cliente .....  | 42 |
| Tabla 9 Cada que tiempo se le capacita en atención al cliente.....   | 43 |
| Tabla 10 Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente .....                           | 44 |
| Tabla 11 La atención al cliente es un factor relevante o importante para la gestión de .....               | 45 |
| Tabla 12 La atención al cliente es un factor relevante o importante para mejorar el .....                  | 46 |
| Tabla 13 De qué manera mejora la atención al cliente en su empresa .....                                   | 47 |
| Tabla 14 Estrategias utiliza Ud. para satisfacer las necesidades del cliente.....                          | 48 |
| Tabla 15 Qué ventajas tendrá la empresa al brindar una buena atención al cliente .....                     | 49 |
| Tabla 16 Conoce el término Gestión de Calidad.....   | 50 |
| Tabla 17 Aplica una Gestión de calidad en su negocio .....   | 51 |
| Tabla 18 Técnicas modernas de gestión empresarial usa en su empresa .....                                  | 52 |
| Tabla 19 La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa .....        | 53 |
| Tabla 20 Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad..... | 54 |
| Tabla 21 Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.....                                       | 55 |
| Tabla 22 La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio .....                    | 56 |

## LISTA DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1 Gráfico de barras de la edad del propietario de la mype.....                    | 35 |
| Figura 2 Gráfico de barras del sexo del propietario de la mype.....                      | 36 |
| Figura 3 Gráfico de barras del grado de instrucción del propietario de la mype .....     | 37 |
| Figura 4 Gráfico de barras del tiempo del desempeño del propietario de la mype .....     | 38 |
| Figura 5 Gráfico de barras del tiempo de permanencia de la mype .....                    | 39 |
| Figura 6 Gráfico de barras del número de trabajadores de la mype .....                   | 40 |
| Figura 7 Gráfico de barras del objetivo de creación de la mype .....                     | 41 |
| Figura 8 Gráfico de barras del conocimiento del término atención al cliente.....         | 42 |
| Figura 9 Gráfico de barras del conocimiento del término atención al cliente.....         | 43 |
| Figura 10 Gráfico de barras de la capacitación de la mype.....                           | 44 |
| Figura 11 Gráfico de barras del factor relevante de la atención al cliente .....         | 45 |
| Figura 12 Gráfico de barras del factor relevante de la atención al cliente .....         | 46 |
| Figura 13 Gráfico de barras de la influencia de la atención al cliente en la mype .....  | 47 |
| Figura 14 Gráfico de barras de la estrategia utilizada por la mype .....                 | 48 |
| Figura 15 Gráfico de barras de las ventajas al aplicar atención al cliente.....          | 49 |
| Figura 16 Gráfico de barras del conocimiento de los colaboradores .....                  | 50 |
| Figura 17 Gráfico de barras de la aplicación de la gestión en la mype .....              | 51 |
| Figura 18 Gráfico de barras de la técnica usada en la mype .....                         | 52 |
| Figura 19 Gráfico de barras de la gestión de la empresa.....                             | 53 |
| Figura 20 Gráfico de barras de las dificultades de los colaboradores .....               | 54 |
| Figura 21 Gráfico de barras de la técnica para medir el rendimiento.....                 | 55 |
| Figura 22 Gráfico de barras de la contribución de la gestión de calidad en la mype ..... | 56 |

## RESUMEN

Debido a la evolución y cambios constantes en la mayoría de los mercados, las mypes del rubro industrial un nivel alto de competitividad por ello es primordial la gestión de calidad y la atención al cliente. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general: Proponer las mejoras de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021. El alcance de esta investigación es lograr que la mype objeto de estudio, mediante los resultados mostrados mejore su gestión y atención, en la cual se utilizó una metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental/transversal/descriptivo, y de una población conformada por 10 trabajadores, justificando la investigación en un mejor manejo de mype y un mejor desempeño en el mercado, en la cual se aplicó un cuestionario estructurado por 22 preguntas, a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: se evidencia que 70% de los encuestados están de acuerdo que al brindar una atención de calidad la empresa gana una mejor imagen y marca en el mercado, por otro lado el 30% de ellos piensa que esto genera y beneficia a la empresa de manera rentable. Finalmente se concluyó que, a la satisfacción del cliente, se puede observar que consideran importante realizar promociones para adquirir nuevos usuarios y mantenerlos satisfechos al satisfacer sus necesidades, lo hacen apeguándose a los estándares establecidos, los trabajadores están bien capacitados y pueden brindar un buen servicio de alta calidad.

**Palabras claves:** Atención al cliente, Gestión, Usuarios y Tecnología.

## ABSTRACT

Due to the evolution and constant changes in most markets, the MSEs of the industrial sector a high level of competitiveness is therefore essential quality management and customer service. The general objective of this research work is: To propose improvements in customer service, for quality management in micro and small companies in the commerce sector, industrial sector of Peru: Forest Product Florida S.A.C Case - Callería, 2021. The scope of this research is to ensure that the MSE under study, through the results shown, improves its management and attention, in which a quantitative methodology, descriptive level and non-experimental/cross-sectional/descriptive design was used, and a population of 10 workers, justifying the research in a better management of MSEs and a better performance in the market, In which a questionnaire structured by 22 questions was applied, through the survey technique obtaining the following results: It is evident that 70% of respondents agree that by providing quality care the company gains a better image and brand in the market, on the other hand 30% of them think that this generates and benefits the company profitably. Finally, it was concluded that, to customer satisfaction, it can be observed that they consider it important to carry out promotions to acquire new users and keep them satisfied by satisfying their needs, they do so adhering to the established standards, the workers are well trained and can provide a good service of high quality.

**Keywords:** Customer Service, Management, Users and Technology.

## I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Brown, (1992) en su libro *Gestión de la atención al cliente* refiere que consiste en “Gestionar la forma de atender al cliente” ya que hoy en día está claro que toda empresa es una potencia en el mercado, en la actualidad en todos los estudios de atención al cliente es uno de los puntos fundamentales la frase: lo que espera el cliente y lo que realmente recibe.

Desde hace muchos años atrás han surgido muchas teorías o guías para la correcta administración de una mype, lo cual beneficia al cliente ya que las empresas que aplican nuevos métodos o mejoran sus procesos, son las que mejor atención, rentabilidad y posicionamiento tiene en el mercado.

Así mismo, antes solo se trataba de producir y vender, sin importar la opinión o sugerencias de los clientes, después gracias a la revolución industrial que se llevó a cabo en Inglaterra en el siglo XIX haciendo una reforma económica, social, cultural y tecnológica, en la actualidad esto ha ido desapareciendo por la creación de la competencia entre mypes, ya que una empresa sin clientes no es nada y una empresa con muchos clientes es la más reconocida por ellos y la más frecuentada.

En los países latinoamericanos actualmente las mypes son quienes generan empleos por eso es muy importante para el crecimiento de la economía interna, ya que gracias a estas empresas las familias de nuestro país pueden mejorar su calidad de vida y así poder estar mejor económicamente, pero estas mypes creadas con el fin de obtener riquezas en su mayoría fracasan en su primer año al no tener una buena administración y un correcto uso de sus recursos o en la mayoría de los casos por tener una dirección empírica.

En la actualidad la atención o servicio al cliente es uno de los fenómenos más cambiantes en los últimos años ya que empresas que saben aplicar una correcta implementación de ello son las que mejor posicionada está teniendo un impacto positivo en la economía del Perú, creando fuentes de trabajo para la sociedad. Por ello se llevará a cabo este trabajo de investigación titulado: “Propuesta de mejora de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”, este trabajo de investigación tiene como propósito estudiar la gestión calidad y la atención al cliente de la empresa Forest Product Florida S.A.C.

Por eso se planteó el siguiente enunciado ¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio,

rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021?; se planteó el siguiente objetivo general: “Proponer las mejoras de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”. También se planteó los siguientes objetivos específicos: 1. “Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”; 2. “Describir las características de la gestión de la calidad, para la gestión de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”; 3. “Determinar las características de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”; y 4. “Identificar la propuesta de mejora de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”.

Este estudio se justifica, porque da a conocer la problemática de la empresa para poder implantar una mejor estrategia o mejorar la que lleva en la actualidad que permitirá un mejor manejo administrativo. Por otro lado, la investigación se justifica en dar alcances o los posibles problemas que tiene las empresas del mismo rubro, haciendo que los emprendedores, encargados, propietarios y administradores de las empresas implementen una mejor gestión de calidad que beneficiara en las ventas o prestaciones de servicios que realiza la empresa, consolidándose más en el mercado. Finalmente, este trabajo de investigación se justifica en que servirá como guía y referencia para otros trabajos que tengan como objeto de estudio la misma variable, enfocada en las características de la atención al cliente; la justificación metodológica está basada en las herramientas que se utilizaron en esta investigación que viene a ser los métodos, instrumentos, modelos y estrategias aplicadas en el transcurso de la investigación.

Respecto a la metodología de la investigación el “enfoque de Investigación es cuantitativo, descriptivo, en cuanto al diseño de la Investigación es no experimental - transversal puesto que se estudió conforme a la realidad sin que las variables sufran modificaciones”. La población y muestra estuvo conformada por 1 mype del sector comercial, rubro Industrial del Perú “Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”. Para la recolección de los datos se

utilizó como técnica la encuesta y como instrumento de evaluación el cuestionario, las cuales fueron muy importantes para la recolección de información.

Los resultados, revelan que en la muestra trabajada tienen una edad de 40 a 49 años de edad, son de sexo masculino, tienen estudios básicos. “Mientras que las micro y pequeñas empresas, tienen 6 a 10 trabajadores; respecto a la gestión de calidad, se conoce que se toma en cuenta el principio de liderazgo en la empresa, la comprensión de las necesidades de los clientes, la satisfacción sobre el servicio y la participación del personal es esencial en el trabajo”. Por su lado, por respecto a la atención al cliente los trabajadores de la empresa tienen conocimiento sobre el término, aplican una atención correcta, ya que se preocupan por las necesidades de los clientes, desde el servicio que brindan, los productos ofrecidos, el precio y la calidad del mismo.

Se concluye que, se identificó las principales características de las empresas participantes del estudio, conociéndose que tienen una gestión de calidad eficiente y una atención de calidad.



## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Antecedentes internacionales

Oviedo y Silva (2019), “en su tesis titulada *Sistema de gestión de calidad para ALICRIO S.A. bajo los requisitos de la NTC ISO 9001:2015*. En la Universidad Distrital Francisco José De Caldas – Colombia, para optar el título profesional de Ingeniero Industrial. Tuvo como objetivo general: Estructurar el Sistema de Gestión de Calidad en ALICRIO S.A. bajo los requisitos de la NTC ISO 9001:2015 con el fin de aumentar la satisfacción al cliente, la eficiencia y eficacia de los procesos. La investigación empleó el método inductivo deductivo, como método de investigación, basado en la lógica y relacionado con el estudio de hechos particulares y a su vez parte de lo general a lo particular. Tuvo como población todas las empresas del sector, de la cual se aplicó un cuestionario obteniendo los siguientes resultados: se logró un avance desde el 24% al 51% el cual se clasifica como un término medio de implementación del SGC, siendo la base documentada para que se lleven a cabo los procedimientos descritos dentro de cada uno de los procedimientos propuestos y de esta manera llegar a un porcentaje más alto. Se logra una concientización en las personas para que los procesos se lleven a cabo de la manera en que lo describe la documentación del SGC y así lograr la estandarización de los mismos. Se evidencia un mejor entendimiento de las funciones, responsabilidades y actividades que debe llevar a cabo cada uno de los colaboradores de la empresa”.

Alfonso y Soto (2017) en su tesis titulada *Propuesta de plan de mejora para el proceso de Soporte al Cliente del área Comercial de Kantar IBOPE Media Colombia S.A.S., con base en los lineamientos del numeral 9.1 de la NTC-ISO 9001-2015*. En la universidad Libre – Colombia. Para optar el título Gerencia en Calidad de Productos y Servicios, tuvo como objetivo general: Estructurar la propuesta del plan de mejora del proceso de Soporte al Cliente del área Comercial de Kantar IBOPE Media Colombia S.A.S., con base en el numeral 9.1 de la NTC-ISO 9001:2015, para evaluar el desempeño. “Se utilizó el método de observación, así se obtendrá varios tipos de información tanto cuantitativa y cualitativa. Tuvo como población todas las empresas del sector y una muestra de todo el personal de Kantar IBOPE Media Colombia S.A.S, de las cuales se aplicó un cuestionario de preguntas obteniendo los siguientes resultados: La adopción de un modelo de plan de mejora para el proceso de Soporte al Cliente con base en

el numeral 9.1 de la norma ISO 9001:2015, favorecerá al logro de los objetivos establecidos y hace más competitiva la empresa. Orienta a una mejora continua, logrando el liderazgo y excelencia en la gestión del proceso al que se aplica y comprometiendo a los colaboradores con la calidad y la satisfacción del cliente”.

Cedeño y Estid (2018) en su tesis titulada *Desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad en Avefarma S.A.S., Conforme a la Norma Iso 9001:2015*. En la universidad Libre – Colombia. Para optar el título Programador de Ingeniería Industrial, tuvo como objetivo general: Desarrollar el sistema de Gestión de Calidad de la compañía AVEFARMA S.A.S., bajo los lineamientos de la normatividad de norma ISO 9001 versión 2015, garantizando la integración, la estandarización y calidad de sus servicios para dar cumplimiento a los requerimientos establecidos por los clientes. “Se utilizo el método de observación, así se obtendrá varios tipos de información tanto cuantitativa y cualitativa. Tuvo como población todas las empresas del sector y una muestra de todo el personal de *Avefarma S.A.S.*, de las cuales se aplicó un cuestionario de preguntas obteniendo los siguientes resultados: Se le recomienda a AVEFARMA S.A.S, implementar el Sistema de Gestión de Calidad, teniendo en cuenta que es una decisión estratégica, que tiene un retorno de inversión a corto plazo, garantizando los recursos necesarios para su mantenimiento y actualización a medida que la norma lo exija”. Realizar planes de gestión de cambio organizacional, con el fin de promover el Sistema de Gestión de Calidad y la mejora continua de sus procesos para dar cumplimiento a los requisitos exigidos por normatividad y los clientes.

Montañez (2017) en su tesis titulada “*Diseño y documentación del sistema de gestión de calidad en la empresa euro Networks & Technologies S.A.S. bajo la norma ISO 9001:2015*. En la Universidad Distrital Francisco José De Caldas – Colombia, para optar el título profesional de Ingeniero Industrial; Tuvo como objetivo general: Diseñar y documentar un sistema de gestión de calidad en la empresa Euro Networks & Technologies S.A.S. basado en la norma ISO 9001:2015; la investigación empleo el método inductivo deductivo, como método de investigación, basado en la lógica y relacionado con el estudio de hechos particulares y a su vez parte de lo general a lo particular, Se obtuvieron los siguientes resultados; Si bien un manual de calidad no es un requisito explícito de la norma NTC-ISO 9001:2015, es una herramienta que ayuda a documentar cómo una organización cumple con cada uno de los requisitos de la misma norma; El trabajo que realiza el pasante en la organización es diseñar un sistema de gestión de

la calidad de acuerdo a los requisitos de la norma NTC-ISO 9001:2015, de manera que la organización pueda orientar la futura certificación a la norma a través de su implementación; Si Euro Networks & Technologies busca el control y la eficiencia en su trabajo diario en lugar de la mera certificación, el diseño y la documentación del Sistema de Gestión de Calidad crea una ventaja competitiva en el mercado”.

Proaño (2017), en su tesis titulada “*Propuesta de un modelo de gestión de calidad en agencias tour operadoras. Caso: Climbing Tours, en Quito*. En la universidad Andina Simón Bolívar- Ecuador. Para optar el título profesional de Maestría en Dirección de Empresas”, tuvo como objetivo general: “Analizar la situación actual sobre los estándares de calidad, control, procesos de la Tour Operadora, Climbing Tours, otorgar directrices necesarias de un modelo de un Sistema de Gestión de Calidad para Climbing Tours”. Se utilizan métodos observacionales, por lo que se obtendrán diversos tipos de información, tanto cuantitativa como cualitativa. Se toma como población a todas las empresas del sector y se muestra a todo su personal, aplicándose un cuestionario de 35 preguntas y obteniendo los siguientes resultados: El objetivo general del modelo es crear un sistema de gestión de calidad que proporcione un turismo de montaña funcional La guía esencial para organigramas. Aparte de esto, el modelo también describe los procesos e ineficiencias en la gestión de la empresa. Además, explica métricas, procedimientos, diagramas de flujo, ajustes organizacionales e incluso objetivos específicos con métricas. Dicho esto, el modelo tiene en cuenta el mundo globalizado actual.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Serrano (2020), en su tesis titulada *Calidad de servicio de las mypes, sector servicio, rubro restaurantes - caso: “restaurant cevichería rústica de palmeras” – distrito de Tumbes 2019*, en la universidad católica los ángeles de Chimbote-Perú, para optar el título profesional de licenciada en administración, teniendo como objetivo general Determinar la calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes - caso: “restaurant cevichería rústica de palmeras” – distrito de Tumbes 2019, con una población conformada por los trabajadores de la empresa y una muestra de 5 de ellos, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llegando a la resultado del 100% de los encuestados reflejan que la empresa tiene un nivel de calidad alto. Llegando a la conclusión de que lo servicios que brida la empresa es de calidad aun que en las conclusiones del investigador refleja la empresa no disponiendo de ambientes que muestren que son seguros, los servicios de visa para lo

administrativo, aire acondicionado, y carencias de máquinas modernas para el complemento de la cocina.

Rumichi (2019), en su tesis titulada *Caracterización de la calidad del servicio y atención al cliente del restaurant cebichería “los 7 mares” del Distrito de el Alto, año 2018*, para optar el título profesional de Maestro en Ciencias Empresariales, teniendo como objetivo general determinar las características de la Calidad del Servicio y Atención al Cliente del Restaurant Cebichería “Los 7 Mares” del Distrito de El Alto, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnica: entrevista y encuestas, llego a las siguientes conclusiones que los clientes son tratados con cordialidad por los trabajadores quienes muestran conocimiento de los productos en venta , manejo de quejas y reclamos, y rápida atención; como protocolo del servicio, los trabajadores brindan un saludo respetuoso al ingreso y en la despedida agradecen la visita del cliente; la presentación del personal refleja pulcritud en su aspecto físico, finalmente existe indiferencia con los accesorios que utilizan los trabajadores por no utilizar un uniforme que puedan lucir limpio, planchado y bien colocado para mejorar la imagen del negocio.

Fasabi (2020) en su tesis titulada *“Gestión de calidad y el enfoque del Neuromarketing en la imprenta industria Gráfica Selva, Pangoa, 2020*, tuvo como objetivo general determinar la relación entre la gestión de calidad y el enfoque del neuromarketing en la Imprenta Industria Gráfica Selva, Pangoa. Teniendo una población conformada por todas las mypes del mismo del sector y una muestra conformada por 19 trabajadores incluido el gerente, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llegando a siguiente resultado respecto a la gestión de calidad el 68,42% percibe que casi siempre en su organización utilizan las herramientas de impulso empresarial en sus procesos para satisfacer las necesidades de sus clientes y mejora de la empresa. Concluyendo que existe una relación positivamente con una intensidad sustancial, donde la Gestión de calidad manifiesta ser una de las herramientas de gestión en sus procesos para satisfacer las necesidades de sus clientes”.

Pacheco (2019) en su trabajo de tesis titulado *Gestión De Calidad Con El Uso Del Marketing En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Sector Comercio, Rubro Ferreterías En La Ciudad De Yurimaguas, Provincia De Alto Amazonas, 2017*. “En la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú, para optar el título profesional de Licenciado en Administración, tuvo como objetivo general; determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del Marketing en las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Comercio, Rubro Ferreterías

en la Ciudad de Yurimaguas, Provincia de Alto Amazonas, 2017; La investigación se desarrolló bajo la metodología de investigación de tipo descriptiva, explicativa – no experimental. Tuvo como población todas las empresas del sector y una muestra de 10 de ellas, de las cuales se aplicó un cuestionario de 22 preguntas obteniendo los siguientes resultados: en su mayoría conocen el termino marketing como técnica innovadora de la gestión de calidad, en su totalidad los dueños y administradores de negocio conocen sobre el marketing, los cuales las técnicas que usan para medir el desempeño de su personal en su mayoría es la observación, implementar el marketing en sus empresas como una herramienta para mejorar la gestión de calidad les permitirá posesionarse en el mercado del rubro del negocio, la gestión de calidad interviene con un efecto positivo en el rendimiento de sus negocios, los que implementaron marketing anunciando su empresa y productos en la televisión elevaron sus ventas”.

Garcia (2017) en su trabajo de tesis titulado “*Gestión De Calidad Con El Uso Del Marketing Y La Competitividad De Las Micros Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio - Rubro Ferreterías, Nuevo Chimbote, Año 2016*”, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú, para optar el título profesional de Licenciado en Administración, tuvo como objetivo general: determinar la relación que existe entre la gestión de calidad con el uso del Marketing y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, Nuevo Chimbote, 2016; La investigación se desarrolló bajo la metodología de investigación de tipo descriptiva, explicativa – no experimental; Tuvo como población todas las empresas del sector y una muestra de 247 clientes, de las cuales se aplicó un cuestionario de 38 preguntas obteniendo los siguientes resultados: el nivel de gestión de calidad con el uso del marketing empresarial es favorable, ya que los microempresarios, innovan sus productos y servicios, conocen los interés de sus clientes, aplican el marketing online porque les permite obtener una mejor posición en el rubro, además a través de ello pueden anticiparse ante las necesidades de sus clientes, por último los productos ofrecidos, tanto materiales y herramientas de construcción, cuentan con los requisitos necesarios, para transmitir seguridad al cliente”.

### **2.1.3. Antecedentes locales**

Rivera (2021), en su tesis titulada Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Abarrotes al por mayor -Del Jr. Ucayali - Callería – Coronel Portillo, 2021., para optar él título Profesional de Licenciado en Administración, tuvo como objetivo general: determinar la propuesta de

mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro abarrotes al por mayor, del Jr. Ucayali - Callería – Coronel Portillo, 2021. Teniendo una población conformada por todas las mypes del sector del mismo rubro y una muestra de 8 de ellas, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llegando a siguiente resultado: la atención al cliente tiene aspectos positivos con respecto a la atención al cliente, de acuerdo a la investigación se dejó reflejar que la empresa desarrolla estrategias para fidelizar a sus clientes, como también un gran porcentaje de personas encuestadas indicaron que la atención al cliente refleja que el personal es capacitado y la satisfacción del cliente es evaluado, respuestas que ponen bien visto a las mypes en estudio. Muchas de estas mypes no cuentan con un protocolo de atención al cliente, poniendo en riesgo su prestigio.

Domínguez (2018), en su tesis titulada *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro restobar, distrito de Yarinacocha, año 2018*, en la universidad católica los ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de Licenciada en Administración, teniendo como objetivo general Investigar el desarrollo de la gestión bajo enfoque de atención al cliente que se realizan en las mypes del sector servicios, rubro restobar, distrito Yarinacocha, año 2018, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnica: entrevista y encuestas, llego a las siguientes conclusiones que más de la mitad de las mypes encuestadas se gestionan con calidad, es decir, mantienen una gestión que les permite tener una perspectiva más sólida en el mercado. Sin embargo, es una oportunidad de mejora para las otras mypes que su administración es totalmente empírica.

Gaviria (2018), en su tesis titulada “*Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017*”, en la universidad católica los ángeles de Pucallpa-Perú, para optar el título profesional de licenciada en administración, teniendo como objetivo general determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha”, con una población conformada por las empresas de rubro restaurantes y una muestra de 25 empresas, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llegando al resultado de que el 76% de los encuestados refleja que la empresa o aplican técnicas de gestión de calidad, así mismo un 68% de las empresas no tiene establecidos la misión y visión de su empresa, llegando a la conclusión que las empresas

tienen muy poco interés en la gestión de calidad y esto va a afectar a la atención que se le da a los clientes.

Ojanama (2018), En su tesis titulada *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las Mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytia, región Ucayali, año 2018*. En la universidad católica los ángeles de Chimbote-Perú. Para optar el título licenciada en administración. Tuvo como objetivo general: Determinar si las Mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytia, región de Ucayali, año 2018 aplican gestión de calidad a expectativas del cliente, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llego a las siguientes conclusiones: se puede observar que tienen conocimiento sobre técnicas de gestión empresarial, utilizando documentos de gestión como lo es el plan de trabajo, aprecian buenos resultados al utilizar un sistema de gestión de calidad, definen muy bien su estructura organizativa, considerando que es muy importante poner en práctica la ética y valores en la organización, exhibiendo y cumpliendo con cabalidad la misión y visión, enfocándose en lo que creen fundamental que son mayores ventas, dejando de lado muchas veces la satisfacción de los usuarios.

Vela (2018), En su tesis titulada “*Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro restaurant, distrito de Callería, año 2018*”; En la universidad católica los ángeles de Chimbote-Perú; Para optar el título licenciada en administración; Tuvo como objetivo general: Determinar el nivel de gestión de calidad alcanzado y aplicación de estrategias de atención al cliente, en las Mypes del Sector Servicios, rubro Restaurant, distrito de Callería, año 2018, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llego a las siguientes conclusiones: Existe un interés en la práctica de la mejora continua en sus operaciones y brindar un buen servicio al cliente (70,6%); Sin embargo, el conocimiento de gestión de calidad es incipiente; El uso de indicadores de monitoreo de la gestión es empírico; El 70,6% de las mypes indica capacitar a su personal antes de tener contacto con el cliente, porque desconocen el trato a los clientes”.

## **2.2. Bases teóricas**

### **Atención al cliente**

Según el sitio definiciones MX (2013), Refiere a la forma de manejo y el diseño de la comunicación que se dirige en una empresa hacia los clientes con el fin de establecer contacto e interactuar con el cliente. En lo general la atención al cliente en respecto al haría de los recursos humanos se realizan con el fin de que el personal encargado de ofrecer el servicio-producto esté atento a los reclamos, consultas, dudas y sugerencias de acuerdo a lo que el cliente establecer necesitar.

### **Concepto de atención al cliente**

Rodríguez (2012), El autor mencionado refiere que la calidad de atención al cliente, es un proceso dirección que tiene como finalidad la satisfacción total de los comensales cumpliendo sus requisitos y expectativas, con la finalidad de que los clientes frecuentes de la organización realicen una publicidad gratuita o de boca en boca, dando obviamente una imagen positiva de la calidad de atención y del servicio de la organización para asegurar su permanencia en el mercado y estabilidad en ella.

Por otro lado, Martínez (2007), Afirma que “el proceso de gestión del servicio al cliente es una serie de actividades desarrolladas por organizaciones orientadas al mercado para satisfacer las necesidades del cliente e identificar sus expectativas actuales, que probablemente puedan satisfacer sus necesidades futuras.”

### **Importancia de servicio al cliente**

Martínez (2007), Define al servicio al cliente como; “una serie de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa para que el cliente reciba el producto o servicio en el momento correcto y en el lugar correcto que satisfaga sus necesidades y / o requisitos. Expectativas basadas en el precio, imagen y reputación de la empresa. el servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra. Es esencialmente intangible y no puede ser propiedad. Su ventaja es que no tiene que estar vinculada necesariamente a un producto físico.”

### **Definición del cliente**

Aguilar y Vargas (2010). El cliente o consumidor es aquella persona que compra, consume un producto o un servicio a una respectiva empresa o varias.



Por otro lado, existen 2 tipos de clientes, que son los clientes externos los cuales viene hacer los consumidores finales del producto o servicio que ofrece la mype, clientes internos son todos los trabajadores y colaboradores de la empresa. En conclusión, la satisfacción de ambos es fundamental para los logros de la mype.

### **Propósito e Importancia de la atención al cliente**

Es importante esforzarse por alcanzar las metas del proyecto, porque En general, las empresas son más competitivas; necesitan una Diferencia competitiva significativa. Entonces el propósito correcto Atención al cliente, la diferencia está en la determinación de actividades orientadas al cliente. La satisfacción del cliente. Esta distinción incluye cada vez más buscar Excelente desempeño, no solo servicios básicos, sino también elementos Complemento al servicio.

Para lograrlo, es necesario formalizar e integrar las actividades de atención al cliente en una función gestionada profesionalmente (según Lamb 2006), cuyo propósito no solo nos permitirá satisfacer las necesidades del cliente, sino también mejorar nuestra Rentabilidad de la mype. Un buen servicio al cliente puede ser un elemento promocional poderoso para actividades promocionales como descuentos, anuncios o ventas personales. El costo de atraer nuevos clientes es aproximadamente tres veces mayor que el de atraer nuevos clientes.

La atención al cliente es importa por lo siguiente:

La empresa debe estar equipada con un servicio de atención al cliente dirigido a los tipos específicos de clientes. Para brindar una mejor forma de atención al cliente ya que al saber qué tipo de cliente es se tiene predeterminado como es que debe ser tratado y que servicios ofrecerlo.

La empresa elige tecnologías especiales para cada tipo de cliente.

Al permitir un mayor desarrollo, puede reducir la tensión dentro de la mype y las actividades de los empleados que representan a "clientes internos".

### **La estrategia del servicio al cliente**

Al revisar información relevante respecto a la atención al cliente y como esto representa como estrategia para cualquier mype, con un proceso teórico de cómo se debe realizarlo y con qué estrategias aplicarlos, si por lo contrario las empresas se deben concentrar en lo que quiere lograr a largo plazo y lo que quiere lograr en el mercado, lo cual representara un impacto positivo hacia la percepción de los clientes.

Por ellos se consultó a los conocimientos de los autores Lovelock (2004) y Heskett (1996), los cuales hacen un estudio aplicando la “Cadena Servicio-Utilidad”, la cual otorga un valor “solido” a las medidas de servicio en la organización , relacionando las “utilidades y la lealtad del cliente con el valor del servicio creado por empleados satisfechos”, al analizar este aporte de los autores y apuntándola a la posición entramos el propósito de las estrategias de la atención al cliente, es decir, lo que empresa, organización o mype, debe seguir para poder alcanzar sus objetivos de la empresa con una clara misión y visión que es compartida por todos los colaborados dentro de la empresas con el fin de maximizar el potencial de los recursos humanos.

Así se puede entender que la responsabilidad de las funciones de la atención al cliente dentro de la empresa y la consecuencias de la cadenas mencionada por los autores, es decir que se puede distribuir la función de la atención al cliente y como los empleados de la empresa asumen esa responsabilidad a las que se fueron asignadas de cuerdo a sus experiencias laboral y sus conocimientos, aunque es más conveniente que el gerente encargado de la mype sea el responsable de todas las actividades respecto a la atención al clientes y a los procesos de la mype.

### **Importancia de saber mirar, escuchar y preguntar al cliente**

Saucedo (2013) en su libro manual de atención al cliente refiere para para una buena atención al cliente se debe saber y aplicar lo siguiente:

1. Mire: cuando el personal está atendiendo a un cliente no se debe desviar la mirada, ya que si sus ojos se distraen, la mente también para ello se debe evitar distracciones y estar concentrado.
2. Escuche: no se debe interrumpir al cliente cuando está haciendo su pedido al menos que pida sugerencias o información sobre la comida o la carta.
3. Pregunte: asegurarse que las preguntas hacia los clientes no sean muy pesadas para poder manejar la situación.

### **Criterios para la atención al cliente**

Arenal (2017). Se han identificado 8 principios que se pueden utilizar por la alta dirección de la mype, Estas normas al combinarse con los principios técnicos tiene finalidad mejorar la satisfacción del consumidor con una serie de criterios que se deben cumplir con el cliente o consumidor en cualquier tipo de prestación de servicios, estos son:

1. Puntualidad en la entrega del servicio.
2. Fidelidad en el cumplimiento de los compromisos
3. Relación coste-beneficio
4. Ajuste a los plazos acordados
5. El servicio dado debe estar asociado a lo que se pactó.
6. Rapidez del servicio.
7. Cumplimiento en el tiempo del ciclo del servicio.
8. Contar con personal calificado para la prestación del servicio.
9. Gentileza y buen trato en la prestación del servicio.

Todos estos criterios nos sirven, en relación con la ISO-9001, para poder observar el proceso de prestación de servicios e identificar lo que el cliente o comensal espera recibir y asegurarse que sea de calidad, en estos procesos también se identifican las características referentes a las necesidades y expectativas que los clientes esperan de los productos o servicios.

#### **Dimensiones de la atención al cliente**

Tigani (2006), refiere que la dimensión de la atención al cliente está compuesta por lo siguiente:

1. **Respuesta:** La respuesta refleja el grado de calidad que tiene los empleados al entrar en acción, ya que cualquier error es tolerable siempre y cuando se tenga la oportunidad de arreglarlo sin poner en riesgo a la petición o pregunta que realice el cliente.
2. **Atención:** Es la capacidad del personal encargado de los clientes que tienen contacto directo con él, es decir, que el cliente se siente apreciado, escuchado, que reciba información y ayuda por parte de los trabajadores. Para ello no se debe dar lugar a la apatía, indiferencia y desprecio por parte de los encargados en atender a los clientes.
3. **Comunicación:** Es establecer una clara comunicación, es decir que el cliente se sienta entendido y que el empleado sea entendido, no debe evitar usar jergas ya que no estas respetando al cliente porque para hacer esas clases de conversaciones existe un lugar y un momento para hacerlo.

4. **Accesibilidad:** la trata de la accesibilidad de los clientes hacia el producto, dar lo que necesite en el lugar que necesite, ya que de nada sirve ser buen vendedor si el cliente no tiene un buen acceso hacia el producto.
5. **Amabilidad:** Se debe generar la capacidad para mostrar afecto por el cliente o consumidor interno y externo. Respetando la sensibilidad de los clientes y comensales.
6. **Credibilidad:** Es la capacidad de no mentir al cliente ya que después de una mentira el cliente desconfía de la empresa y piensa que todo lo que sale de la boca de los trabajadores es mentira el cual genera una mala imagen de la empresa.
7. **Comprensión:** Se debe entender lo que nuestros servicios significan para los clientes.

### **Rapidez del servicio**

Pineros (2009). Este autor refiere que se debe procurar atender al cliente lo más rápido posible, para que así se logre y se crea un proceso simple y eficiente fácil de implementar, para eso se debe buscar ayuda con el fin de implementar programas o software que permita recibir las peticiones del cliente y ser atendidos rápidamente.

### **Calidad de servicio**

Gracia y Grau (2007). La calidad de servicio se define o se conoce como la percepción que tiene el cliente sobre el servicio que recibe, dicha percepción se obtiene de la expectativa que tiene el cliente antes y después de tener el producto en sus manos.

Por otro lado Parasuaraman y Cols presentan 5 dimensiones, las cuales son:

1. **Fiabilidad:** Este se define como la habilidad que tiene los trabajadores para ofrecer un servicio o producto de calidad y de confianza.
2. **Capacidad de respuesta:** Este se define como la ayuda que se da al cliente con el fin de darle una atención rápida.
3. **Seguridad:** Se define como la confianza que puedes dar los trabajadores a los clientes con el fin de hacerlos sentir cómodos al obtener el producto o servicio.
4. **Empatía:** Se define como la atención personalizada que utiliza un vendedor hacia los clientes.
5. **Aspectos tangibles:** Se define como los aspectos físicos y el equipamiento del personal encargada a la atención al cliente.

## **Satisfacción**

Rubio y Uribe (2013). Refieren que la satisfacción según la norma ISO 9000:2000, se define como la percepción que tiene el producto sobre el cliente cumpliendo sus necesidades, requisitos y necesidades. Al cumplir todos estos requisitos los clientes serán satisfechos de una manera eficiente con la finalidad crear una fidelidad y porque no decirlo un marketing de boca a boca, es decir, que los mismos clientes recomienden la mype a sus conocidos, familiares y amigos.

## **Gestión de la calidad**

Lizarzaburu, (2016). “Refiere que la gestión de calidad tiene relación cuan eficiente es el producto o servicio prestado, teniendo como fin cumplir las expectativas del mercado y el cliente. También aclara que la gestión de calidad son procesos que con una buena aplicación se logra la mejora continua en la calidad de los bienes y servicios. También se destaca que la mejora continua en la atención amable asegura que el cliente crea un lazo con el personal que brida estos servicios entrando en confianza, con el fin de lograr la fidelidad hacia la mype.”

## **Principios de la gestión de la calidad**

“La familia de normas ISO 9000 se basa en siete principios básicos de gestión de la calidad. Anteriormente, eran ocho, pero con la nueva revisión del 2015, los principios han quedado en siete. A continuación, vamos a ver más detalladamente cada uno de ellos.

### **Enfoque al cliente**

Las organizaciones dependen de sus clientes por lo que deberían comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas. Es por eso que se le da prioridad a este principio, ya que el cliente representa ganancias y más trabajo para las organizaciones.

### **Liderazgo**

Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización. Es por eso que las organizaciones necesitan líderes que muevan masas, es decir, que sus ideologías deben traer beneficios para todos.

### **Compromiso de los colaboradores**

El compromiso de las personas que están involucradas en una organización es vital, ya que éstas son la parte más importante y posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

La participación del personal es básica para mantener en funcionamiento un sistema de gestión de calidad. Además, es del personal operativo del que se pueden extraer las mejores ideas, ya que estos son los que pasan parte de su día a día con el producto o servicio que la organización ofrece.

### **Enfoque a procesos**

Una buena gestión de los equipos, instalaciones e infraestructuras nos ayuda a analizar los costes y eliminar aquellos que sean inútiles, como, por ejemplo, disminuyendo los tiempos de máquinas o alargando el ciclo de vida de los equipos. Además, con una buena planificación, se alcanzan mejor los resultados.

### **Mejora**

Podemos encontrar dos tipos de mejora, la primera, mediante un avance tecnológico y, la segunda, mediante la mejora de todo el proceso productivo. Alcanzar los mejores resultados no es labor de un día, sino que se trata de proceso progresivo en el que no puede haber retrocesos.”

### **Control de la calidad**

González (2018), “La definición de control de calidad, y por derivación, de control de calidad de una empresa, nos dice que se trata del conjunto de herramientas, acciones o mecanismos que tienen como objeto la identificación de posibles errores en los distintos procesos de la empresa, y la eliminación del producto o servicio en que se detectan.

El control de calidad es una etapa crucial en cualquier proceso productivo, ya que es a través de éste que se garantiza la correcta realización de los procesos llevados a cabo y se asegura que lo producido cumpla con sus correspondientes legislaciones y objetivos planteados. El control de calidad es sumamente importante, dadas las características actuales del mercado a nivel competencia. Las empresas de jerarquía internacional poseen especialistas y maquinaria, junto a un sistema de software de elevado nivel para poder evaluar todo lo que es producido en sus fábricas. El concepto de control de calidad, si bien es más común en el ámbito de la producción, también se encuentra presente en las empresas destinadas a brindar servicios.

Mediante encuestas y otras técnicas se intenta evaluar cuáles fueron las impresiones de los destinatarios en cuanto a los servicios prestados, cuáles son los puntos para mejorar, etc.”

### **Iso 9001: Calidad.**

Carro y Carro (2008). “Refiere Los Sistemas de Gestión de la Calidad basados en las normas ISO 9001:2000, se caracterizan por varios aspectos que describen diferentes esferas de su accionar. El sistema de calidad debe abarcar todas las actividades que se realizan en la empresa que puedan afectar, directa o indirectamente, la calidad del producto o servicio que suministra. Estas actividades comprenden desde las acciones de compra, control del diseño, control de la documentación, realización de ofertas, identificación de los productos, control de los procesos, inspección de los productos, hasta el tratamiento de productos no conformes, almacenamiento y la formación del personal. Un sistema de calidad ayuda a evitar problemas en la ejecución de estas actividades, ya que la filtración de errores a través de las actividades de la empresa puede ocasionar importantes pérdidas. Otros aspectos importantes que caracterizan estos sistemas son: tener un enfoque al cliente y que el modelo es basado en procesos para la gestión de la calidad.”

### **Micros y pequeñas empresas en el Perú**

Mares (2013) refiere que “las micro y pequeñas empresas esta compuestas de acuerdo con su definición legal, una organización comercial que consiste en una persona natural o jurídica y que su objetivo principal es realizar actividades para la extracción, conversión, fabricación, comercialización de bienes o la prestación de servicios.”

### **Características de las mypes**

Las características principales de las empresas en el Perú son:

Microempresas: Son formadas de uno a diez trabajadores activos de la empresa con una facturación anual de hasta 150 Unidades impositivas tributarias (ITU).

Pequeñas empresas: Son formadas de diez a cien trabajadores activos de la empresa con una facturación anual de 1700 Unidades impositivas tributarias (ITU).

## **2.3. Marco conceptual.**

### **ISO 9001.**

Navarro (2014) La norma ISO 9001, o ISO 9001 para abreviar, es una norma internacional para los sistemas de gestión de la calidad. Se le atribuye con precisión a todas las empresas públicas o privadas que poseen efectivamente todos los elementos necesarios para que

la gestión de la calidad satisfaga al 100% la satisfacción del cliente. **Necesidades y expectativas.**

Por ellos las normas ISO 9001, fue creada con el fin de supervisar, teniendo en cuenta las normal escrita en ellas, que tiene un vínculo directo con el producto, no solamente se encarga de determinar los estándares en el proceso de producción si no también se encarga de velar y proteger el producto/servicio creado por la mype.

#### **Micro y pequeñas empresas.**

La Micro y Pequeña Empresa, en su definición legal consiste, una organización empresarial constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Puede ser conducida por su propietario como una persona individual o constituirse como una persona jurídica, adoptando la forma societaria que voluntariamente desee.

#### **Clientes.**

Según Perez y Gradey (2009), En el marco economía el concepto cliente es la persona natural o Jurica que accede a un producto y servicio mediante un previo pago. Existiendo el tipo de cliente constante en la organización, que realizan el acto del consumo de manera constante ya que se creó un lazo de confianza con el restaurante gracias a la buen servició que recibió en ella.

#### **Clientes internos.**

Nos referimos, a nuestro equipo de trabajo o colaboradores del restaurante, ya que ellos influyen mucho en la realización de producto o servicio y de cómo este llega a satisfacer al cliente.

#### **Clientes externos.**

Nos referimos, a las personas por la cual el restaurante se establece ya que ellos son los que utilizan el producto y servicio que produce la organización.

### **2.3. Hipótesis**

Hernández, Fernández y Baptista (2014). Indica que “No, no en todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio” (p.104)

El presente trabajo de investigación no planteo hipótesis.



### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo, nivel y diseño de la investigación**

Para la elaboración de la presente investigación se utilizó el diseño de investigación no experimental - transversal – descriptivo - de propuesta.

Fue no experimental porque se realizó sin manipular la variable en estudio atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad, se observó tal cual se presenta en la realidad sin sufrir modificaciones.

Según Rivellon (2017), “Llamamos investigación transversal a la medición de una sola vez a las variables sin influir en ella, para lograr tener muestras independientes de cada variable estudiada”.

Fue transversal porque el estudio propuesto de mejora en el proceso administrativo para la gestión de la calidad de la micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro industrial del Perú: “Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”.

Según Rivellon (2017) “Llamamos investigación no experimental al estudio de la variable sin manipularla, es decir, observarla, tal y como es para luego hacer un análisis sacando nuestras propias conclusiones”.

#### **3.2. Población y muestra**

La población estuvo conformada por el propietario y 9 colaboradores de la micro y pequeñas empresas del del sector comercio, rubro industrial del Perú: “Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”, que hace un total de 10 personas encuestadas.

Según Dueñas (2015) Llamamos población y muestra al lugar y a las variables a estudiar, sin influir en ellas.

La muestra fue no probabilística ya que estuvo compuesta por él propietario y 9 colaboradores de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: “Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”, que hace un total de 10 personas encuestadas.

Según González (2015) la muestra es un conjunto de la población. Para que la muestra sirva para extraer conclusiones sobre la población deber ser específica, lo que se alcanza seleccionando sus elementos al azar, lo que da parte a una muestra aleatoria.

### 3.3.Variable, definición y operacionalización

| Variables           | Definición  | Definición de operacionalización  | Dimensiones  | Indicadores  | Escala   |
|---------------------|---|---|--|--|----------|
| Gestión de calidad  | Según Asensi, Soler y Bernabeu (2017), “es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos mediante el mismo. Así que, antes que nada, tenemos que hacer hincapié en que no se quiere identificar los errores cuando ya se han producido, sino que se deben evitar antes de que ocurran.” | La presente variable se medirá con la técnica de la encuesta y con la aplicación del cuestionario | Compromiso de los colaboradores<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br>Liderazgo | Satisfacción del trabajador<br><hr/> Fidelización del trabajador<br><hr/> Motivación<br><hr/> Toma de decisiones<br><hr/> Orientación al logro | Like  rt |
| Atención al cliente | Kotler (1997) “Se refiere a todas las acciones implementadas para los clientes antes, durante y después de la compra. También conocido como servicio de atención al cliente, se realiza para cumplir con la satisfacción de un producto o servicio”.  | La presente variable se medirá con la técnica de la encuesta y con la aplicación del cuestionario | Satisfacción<br><br><br><br><br><br><br>Servicio de atención                     | Expectativa<br><hr/> Conformidad<br><hr/> Resultado<br><hr/> Estrategia<br><hr/> Fidelidad<br><hr/> Valor agregado                             |          |

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información**

#### **3.4.1. Técnica**

La técnica que se utilizó fue la encuesta

Para las dos variables se utilizó la técnica de las encuestas con el propósito de recolectar datos por medio de dicha encuesta diseñado con las referencias de los indicadores por cada objetivo planteado.

#### **3.4.2. Instrumento**

El instrumento utilizado fue el cuestionario

El cuestionario es un contenido de 22 preguntas cerradas, con el enfoque de dicotómicas, de forma que dicho cuestionario no contenga dificultades al momento de participar en el desarrollo de el mismo.

### **3.5. Método de análisis de datos**

La presente investigación fue realizada la recolección de datos haciendo uso del análisis descriptivo entre la Propuesta de mejora de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021, de lo cual se tomó una muestra de una sola empresa, se aplicó un cuestionario de preguntas cerradas, así mismo, se realizó el análisis de datos para crear tablas y graficas con data compleja. Una vez tabulado los datos obtenidos, se procedió a interpretar dichos resultados. Finalmente se llegó un análisis de resultados para proceder con las conclusiones.

### **3.6. Aspectos éticos**

Según Uladech (2019). Los principios éticos aplicados al presente trabajo de investigación, están en concordancia al Código de ética para la Investigación en su versión 002, aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH Católica de fecha 16-08-2019.

- Protección a las personas: En la presente investigación se protegieron los datos de los participantes ya que fueron confidenciales respetando su identidad y privacidad, se trabajó con el consentimiento informado mediante el cual se les indicaba que la participación era totalmente voluntaria.

- Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Se protegió y cuidó al medio ambiente mediante la reutilización de hojas ya que se utilizaron ambas caras para imprimir un borrador de la investigación final y para otros apuntes.
- Beneficencia no maleficencia: Se aseguró el bienestar de los colaboradores por la información obtenida respetando sus ideas y opiniones sin juzgarlos, ni perjudicarlos evitando así causar algún tipo de inconvenientes.
- Justicia: A los participantes se les presentó el mismo cuestionario, tratándolos a todos por igual y de manera justa, se les informó la finalidad de la investigación de tal forma que no se les quitó el mérito.
- Libre participación y derecho a estar informado: antes de la firma del consentimiento informado se les comunicó a los colaboradores que la información que brindan es totalmente voluntaria y los fines de la investigación.

#### IV. RESULTADOS

##### 4.1 Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: “Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”.

**Tabla 1**

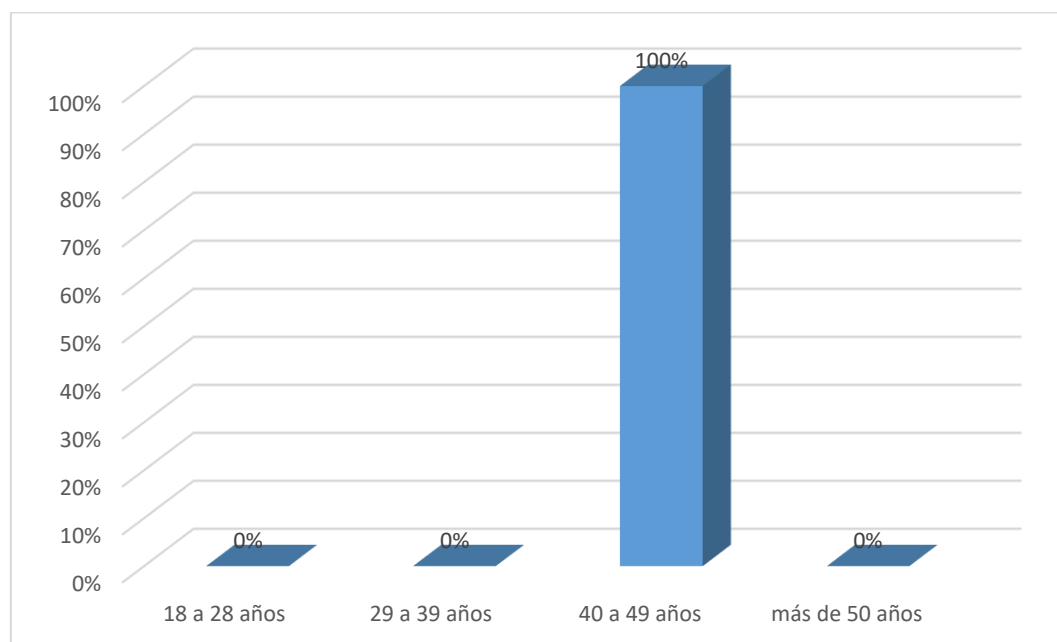
*Edad del propietario de la mype*

| Respuestas     | <i>f</i> | %   |
|----------------|----------|-----|
| 18 a 28 años   | 0        | 0   |
| 29 a 39 años   | 0        | 0   |
| 40 a 49 años   | 10       | 100 |
| más de 50 años | 0        | 0   |
| Total          |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 1**

*Gráfico de barras de la edad del propietario de la mype*



*Nota.* la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento de la edad del propietario ya que se observa que el 100% marco de 40 a 49 años.

**Tabla 2**

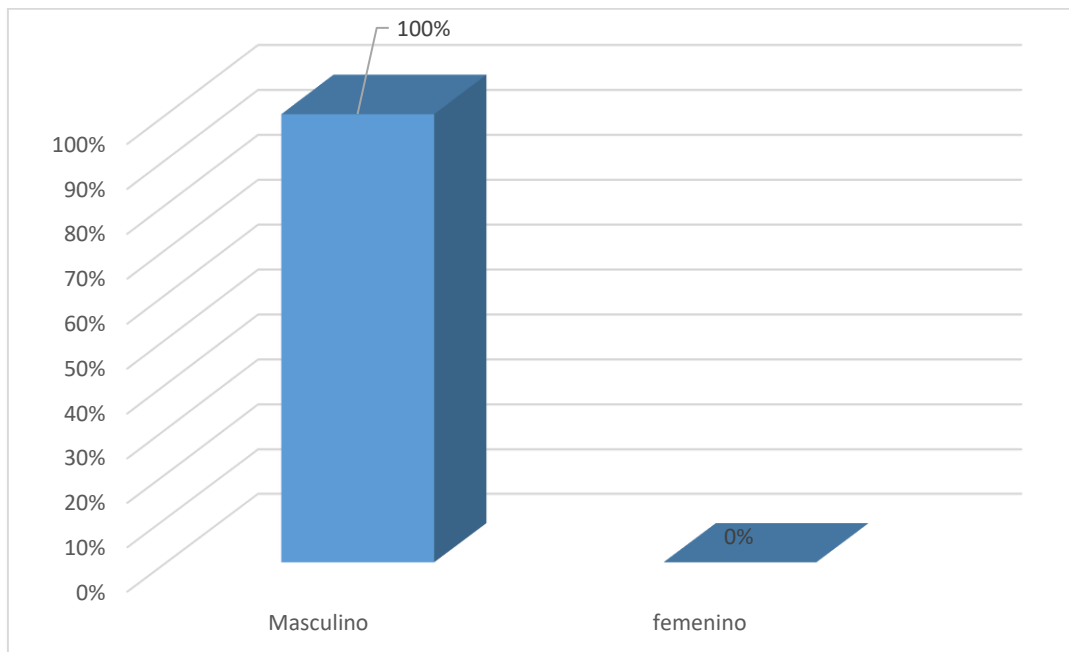
*Sexo del propietario de la mype*

| Respuestas | <i>f</i> | %   |
|------------|----------|-----|
| Masculino  | 10       | 100 |
| femenino   | 0        | 0   |
| Total      |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 2**

*Gráfico de barras del sexo del propietario de la mype*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento del sexo del propietario ya que el 100% marco Masculino.

**Tabla 3**

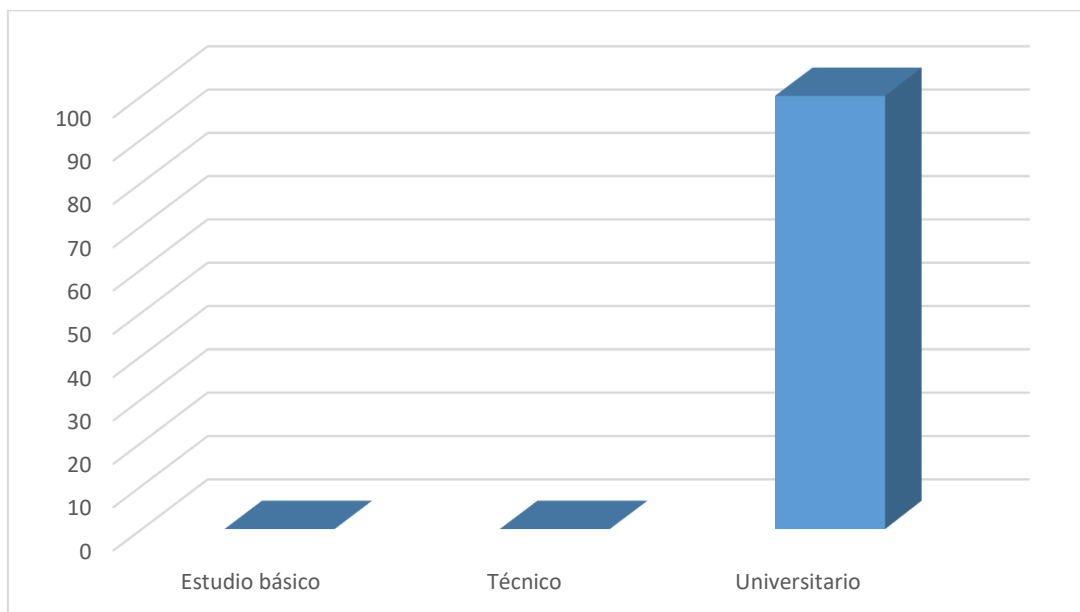
*Grado de instrucción del propietario de la mype*

| Respuestas     | <i>f</i> | %   |
|----------------|----------|-----|
| Estudio básico | 0        | 0   |
| Técnico        | 0        | 0   |
| Universitario  | 10       | 100 |
| Total          |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 3**

*Gráfico de barras del grado de instrucción del propietario de la mype*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento del grado de instrucción del propietario ya que el 100% marco estudios Universitarios.

**Tabla 4**

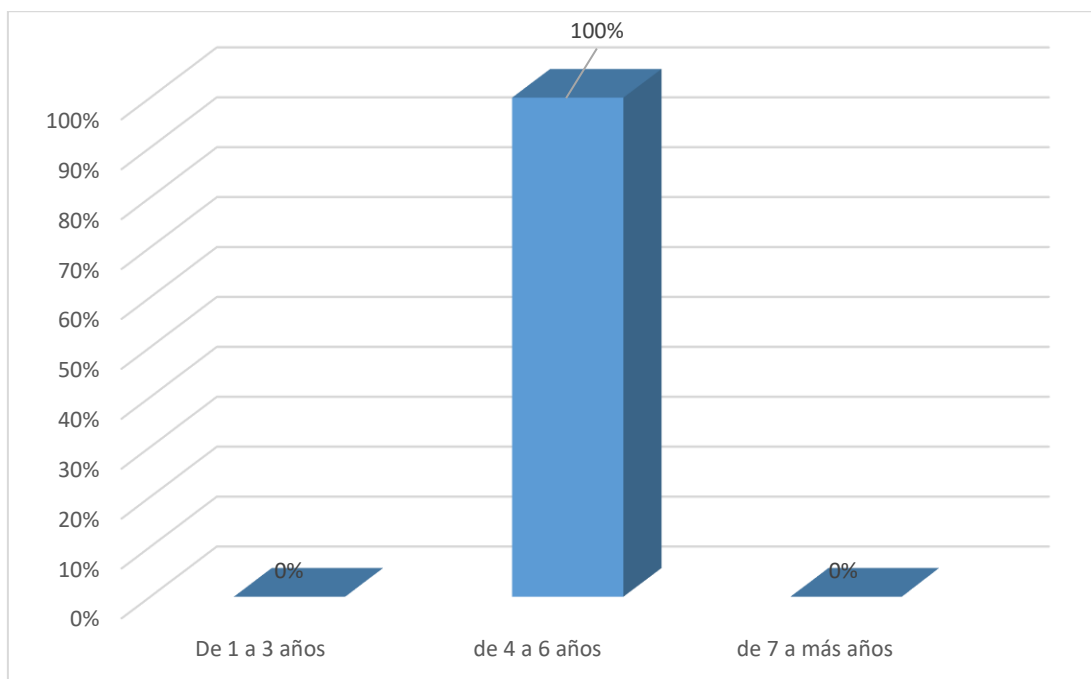
*Tiempo que desempeña en el cargo*

| Respuestas      | <i>f</i> | %   |
|-----------------|----------|-----|
| De 1 a 3 años   | 0        | 0   |
| de 4 a 6 años   | 10       | 100 |
| de 7 a más años | 0        | 0   |
| Total           |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 4**

*Gráfico de barras del tiempo del desempeño del propietario de la mype*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento de los años desempeño ya que el 100% marco de 4 a 6 años.



**Tabla 5**

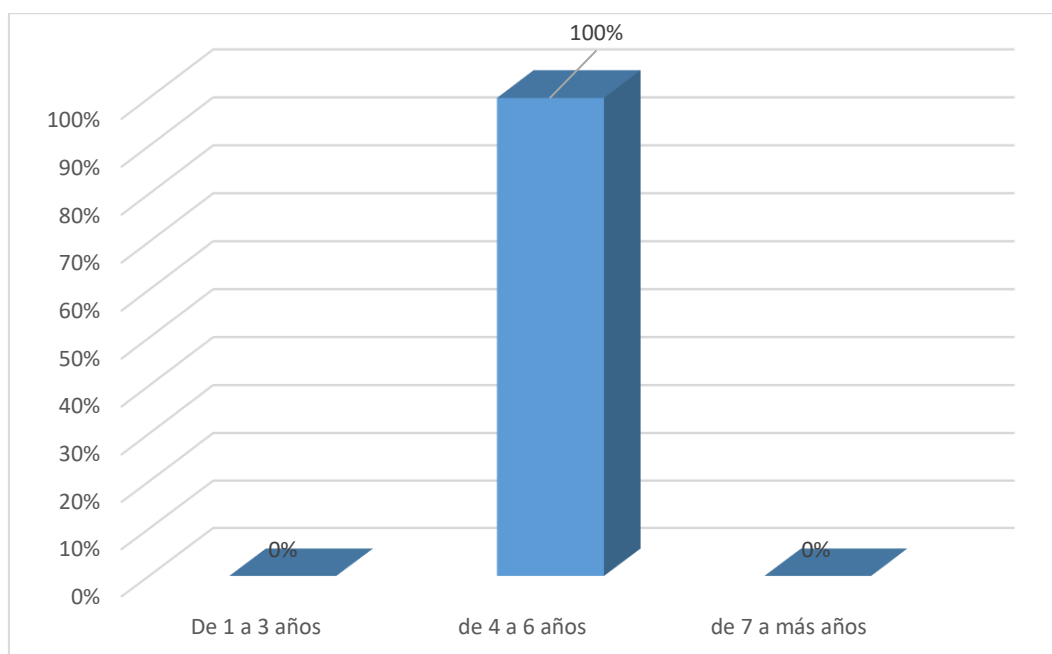
*Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro*

| Respuestas      | <i>f</i> | %   |
|-----------------|----------|-----|
| De 1 a 3 años   | 0        | 0   |
| de 4 a 6 años   | 10       | 100 |
| de 7 a más años | 0        | 0   |
| Total           |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 5**

*Gráfico de barras del tiempo de permanencia de la mype*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento de los años que tiene la mype ya que el 100% marco de 4 a 6 años.

**Tabla 6**

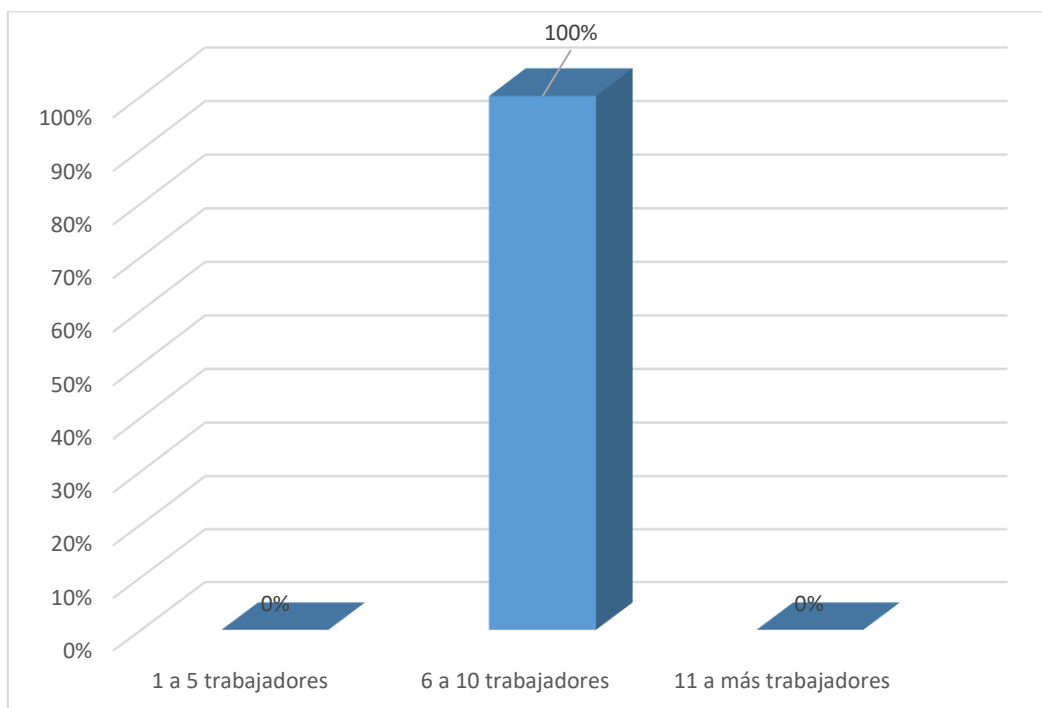
*Número de trabajadores*

| Respuestas            | <i>f</i> | %   |
|-----------------------|----------|-----|
| 1 a 5 trabajadores    | 0        | 0   |
| 6 a 10 trabajadores   | 10       | 100 |
| 11 a más trabajadores | 0        | 0   |
| Total                 |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 6**

*Gráfico de barras del número de trabajadores de la mype*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento del número de colaboradores de la mype ya que el 100% marco de 6 a 10 trabajadores.

**Tabla 7**

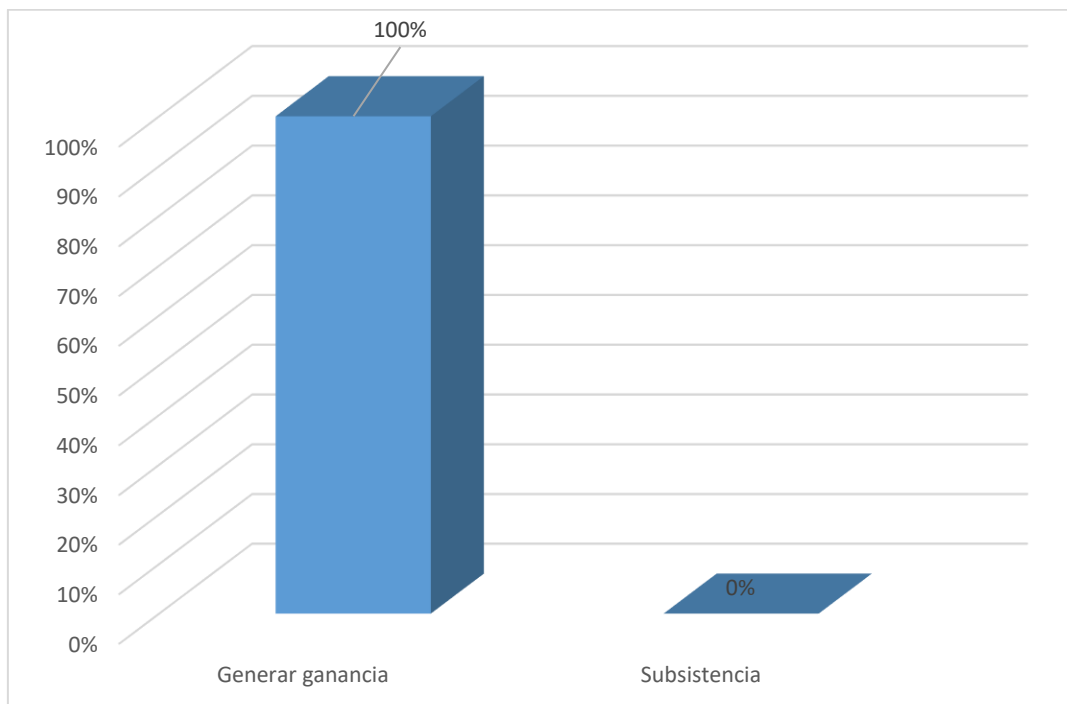
*Objetivo de la creación de la empresa*

| Respuestas       | <i>f</i> | %   |
|------------------|----------|-----|
| Generar ganancia | 10       | 100 |
| Subsistencia     | 0        | 0   |
| Total            |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 7**

*Gráfico de barras del objetivo de creación de la mype*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 100% de ellos marco generar ganancias.

**4.2. Describir las características de la gestión de la calidad, para la atención al cliente de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021.**

**Tabla 8**

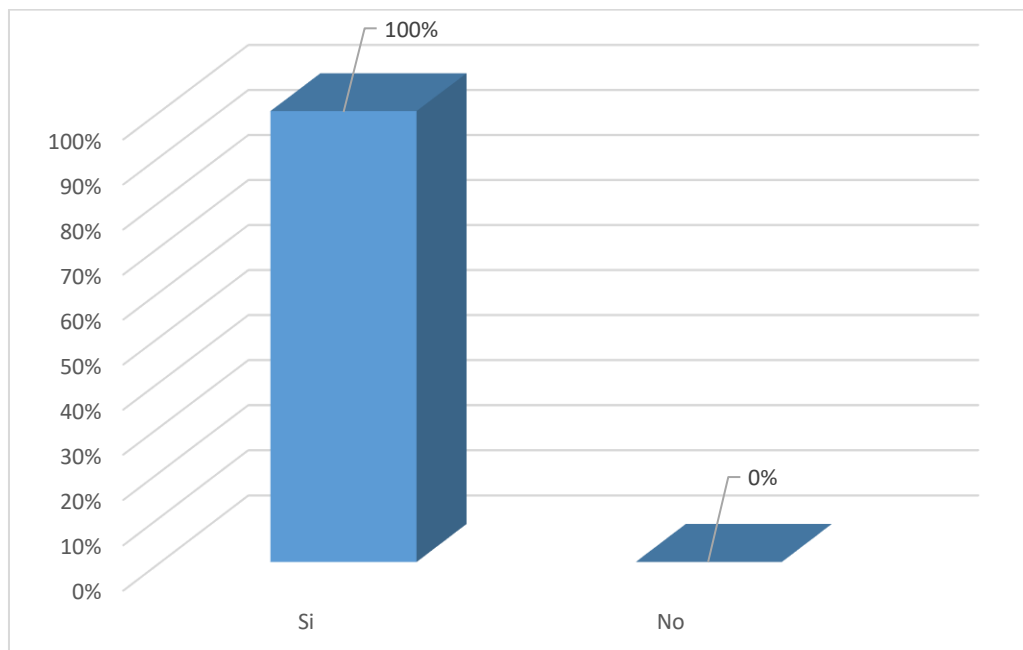
*Conoce el término atención al cliente*

| Respuestas | <i>f</i> | %   |
|------------|----------|-----|
| Si         | 10       | 100 |
| No         | 0        | 0   |
| Total      |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 8**

*Gráfico de barras del conocimiento del término atención al cliente.*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que si conocen el termino atención al cliente.

**Tabla 9**

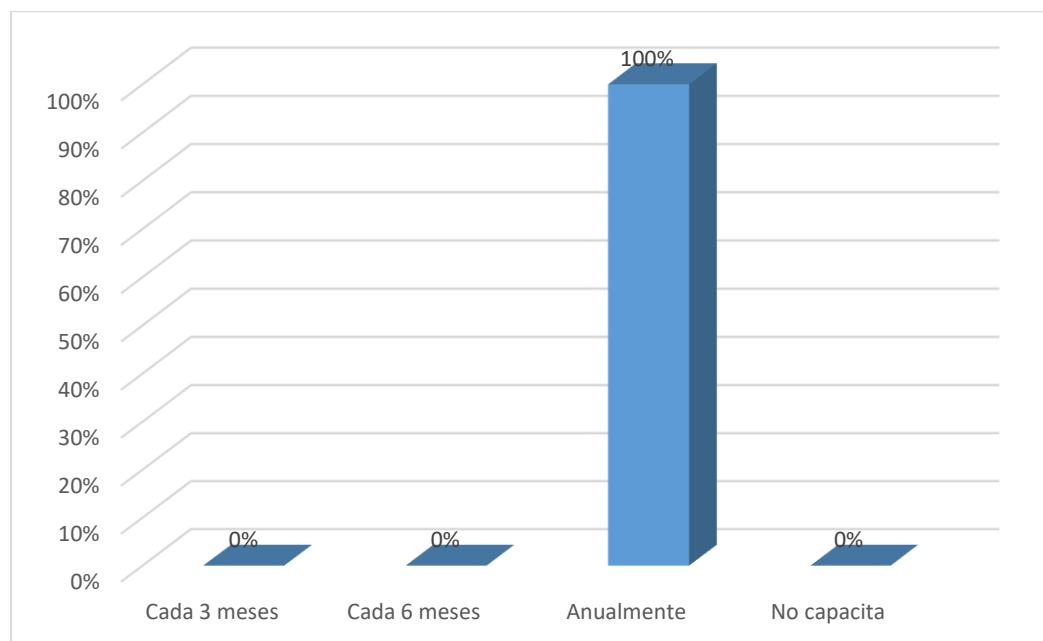
*Cada que tiempo se le capacita en atención al cliente*

| Respuestas   | <i>f</i> | %   |
|--------------|----------|-----|
| Cada 3 meses | 0        | 0   |
| Cada 6 meses | 0        | 0   |
| Anualmente   | 10       | 100 |
| No capacita  | 0        | 0   |
| Total        |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 9**

*Gráfico de barras del conocimiento del término atención al cliente.*



Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que la capacitación dentro de la empresa es anual.

**Tabla 10**

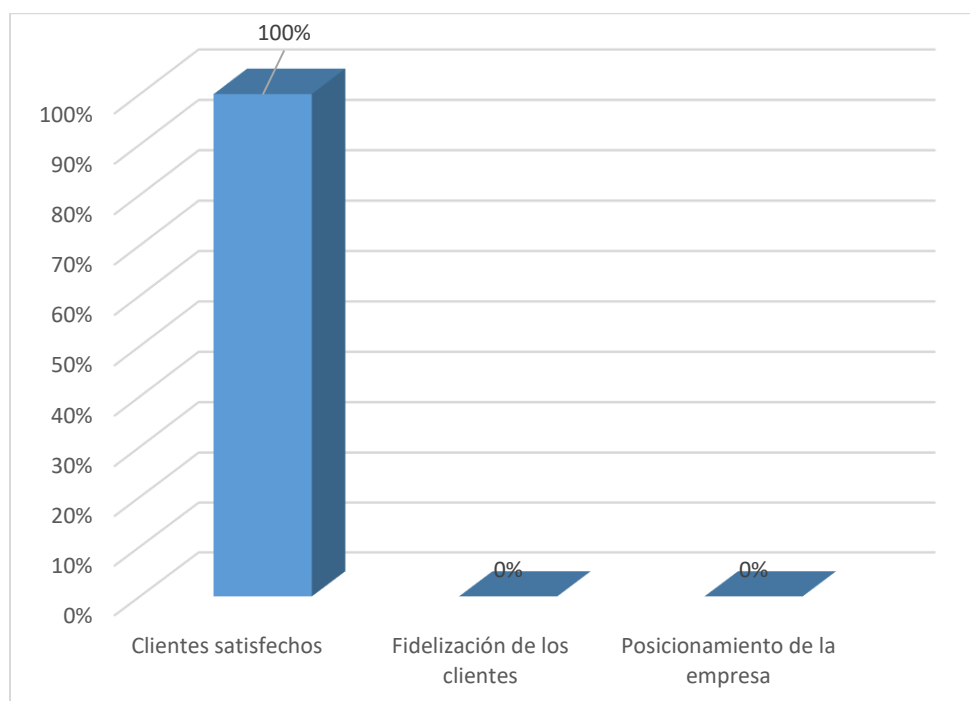
*Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente*

| Respuestas                    | <i>f</i> | %   |
|-------------------------------|----------|-----|
| Clientes satisfechos          | 10       | 100 |
| Fidelización de los clientes  | 0        | 0   |
| Posicionamiento de la empresa | 0        | 0   |
| Total                         |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 10**

*Gráfico de barras de la capacitación de la mype*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que los resultados logrados por brindar una buena atención es clientes más satisfechos.

**Tabla 11**

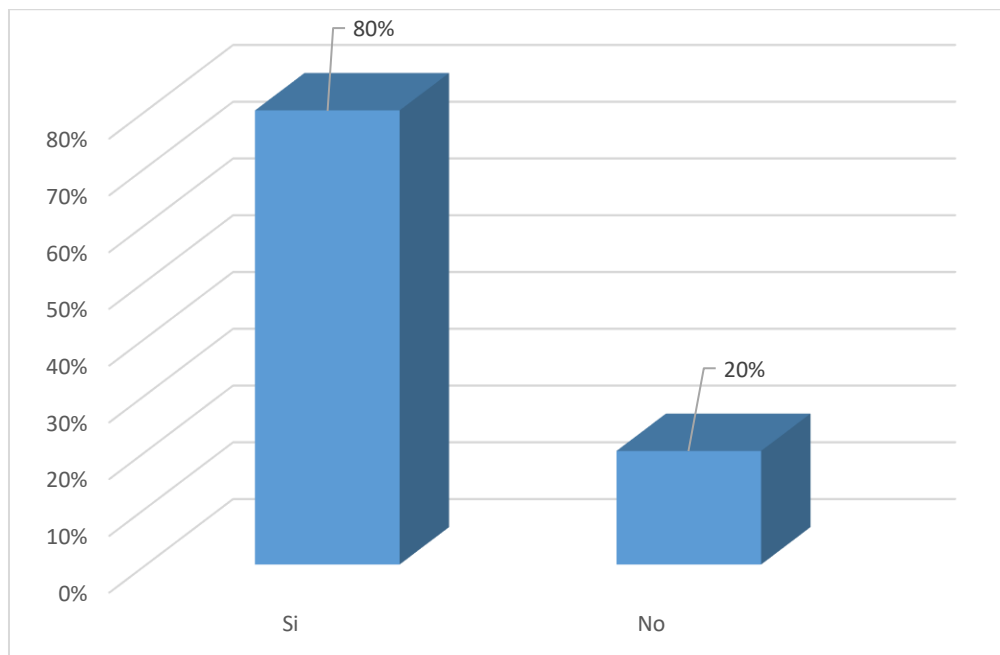
*La atención al cliente es un factor relevante o importante para la gestión de calidad*

| Respuestas | <i>f</i> | %   |
|------------|----------|-----|
| Si         | 8        | 80  |
| No         | 2        | 20  |
| Total      |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 11**

*Gráfico de barras del factor relevante de la atención al cliente*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 80% refleja que la es importante la atención al cliente en la mype, mientras que un 20% refleja que no es importante.

**Tabla 12**

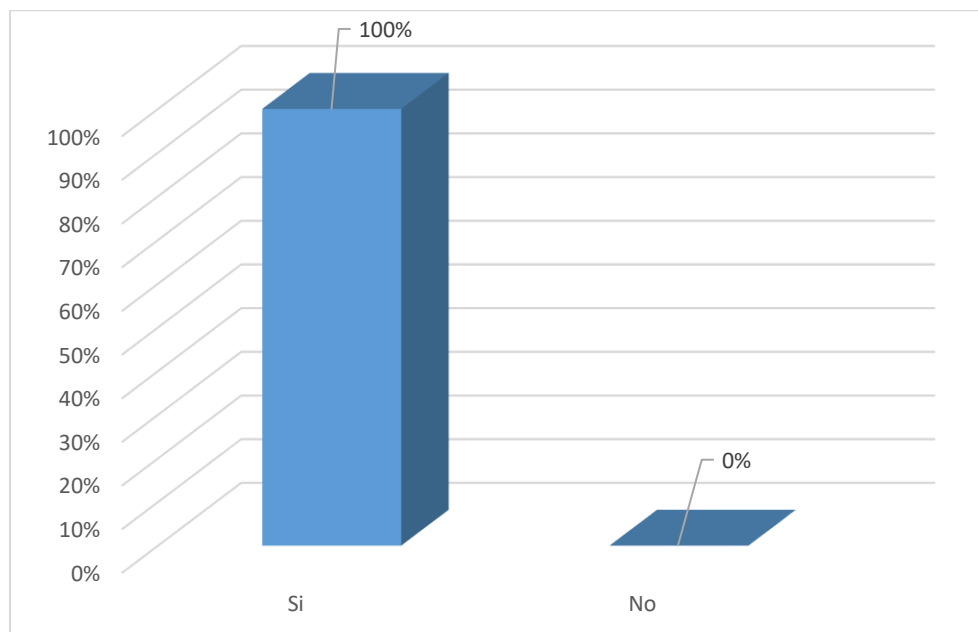
*La atención al cliente es un factor relevante o importante para mejorar el nivel de satisfacción al cliente*

| Respuestas | <i>f</i> | %   |
|------------|----------|-----|
| Si         | 10       | 100 |
| No         | 0        | 0   |
| Total      |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 12**

*Gráfico de barras del factor relevante de la atención al cliente*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que la es importante la atención al cliente para la satisfacción de ellos.



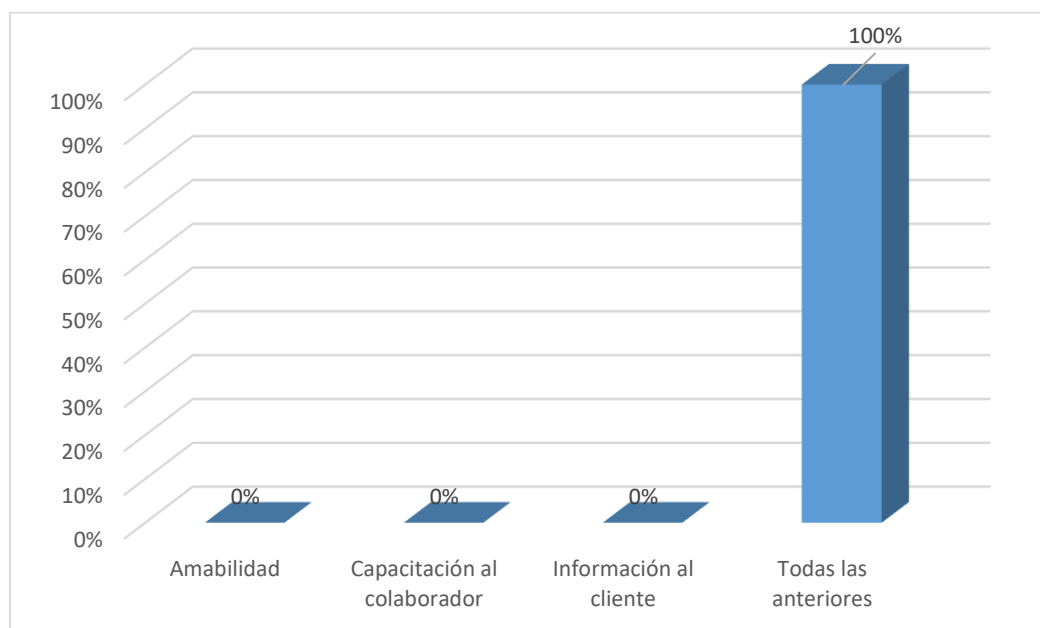
**Tabla 13**

*De qué manera mejora la atención al cliente en su empresa*

| Respuestas                  | <i>f</i> | %   |
|-----------------------------|----------|-----|
| Amabilidad                  | 0        | 0   |
| Capacitación al colaborador | 0        | 0   |
| Información al cliente      | 0        | 0   |
| Todas las anteriores        | 10       | 100 |
| Total                       |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 13** Gráfico de barras de la influencia de la atención al cliente en la mype



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que las alternativas todas las anteriores.

**Tabla 14**

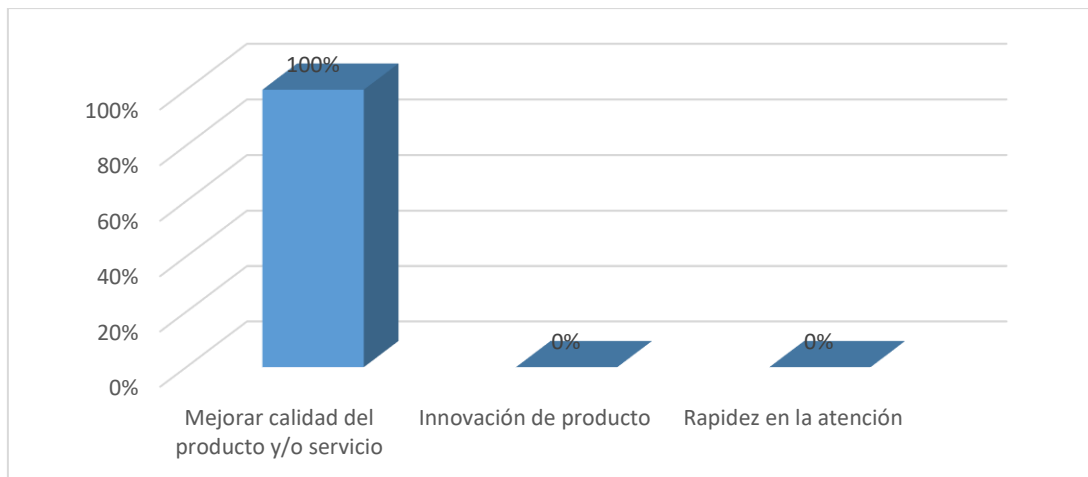
*Estrategias utiliza Ud. para satisfacer las necesidades del cliente*

| Respuestas                                | <i>f</i> | %   |
|---|----------|-----|
| Mejorar calidad del producto y/o servicio | 10       | 100 |
| Innovación de producto                    | 0        | 0   |
| Rapidez en la atención                    | 0        | 0   |
| Total                                     |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 14**

*Gráfico de barras de la estaría utilizada por la mype*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que la estrategia utilizada es mejorar la calidad del producto o servicio.

**Tabla 15**

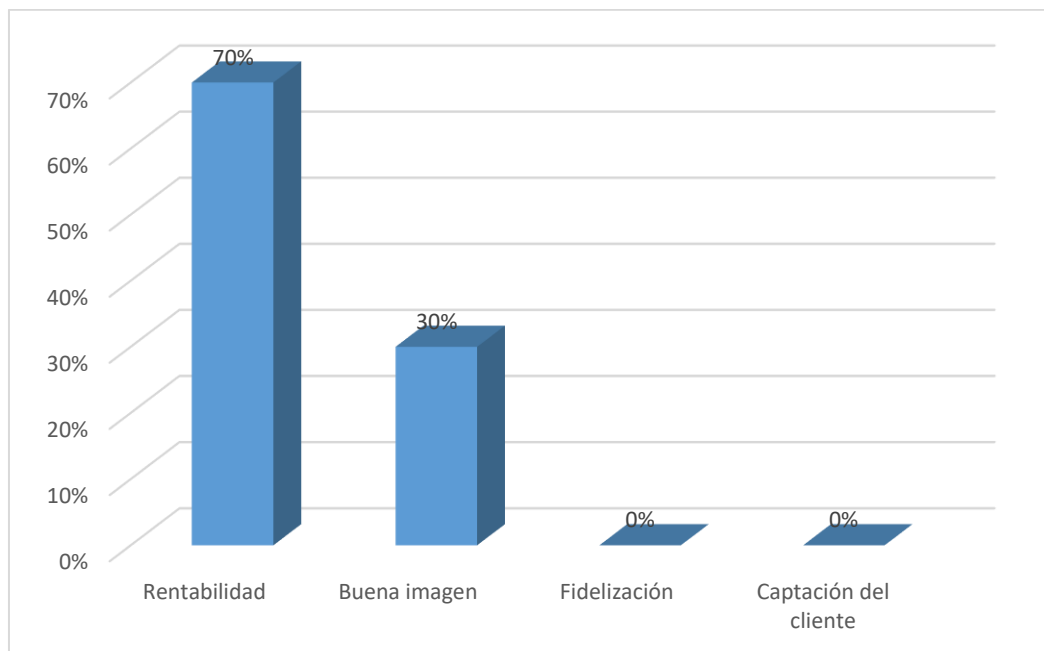
*Qué ventajas tendrá la empresa al brindar una buena atención al cliente*

| Respuestas            | <i>f</i> | %   |
|-----------------------|----------|-----|
| Rentabilidad          | 7        | 70  |
| Buena imagen          | 3        | 30  |
| Fidelización          | 0        | 0   |
| Captación del cliente | 0        | 0   |
| total                 |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 15**

*Gráfico de barras de las ventajas al aplicar atención al cliente*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 70% refleja que la mype aumentara su rentabilidad, por otro lado un 30% la imagen de la mype.

**4.3. Determinar las características de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021.**

**Tabla 16**

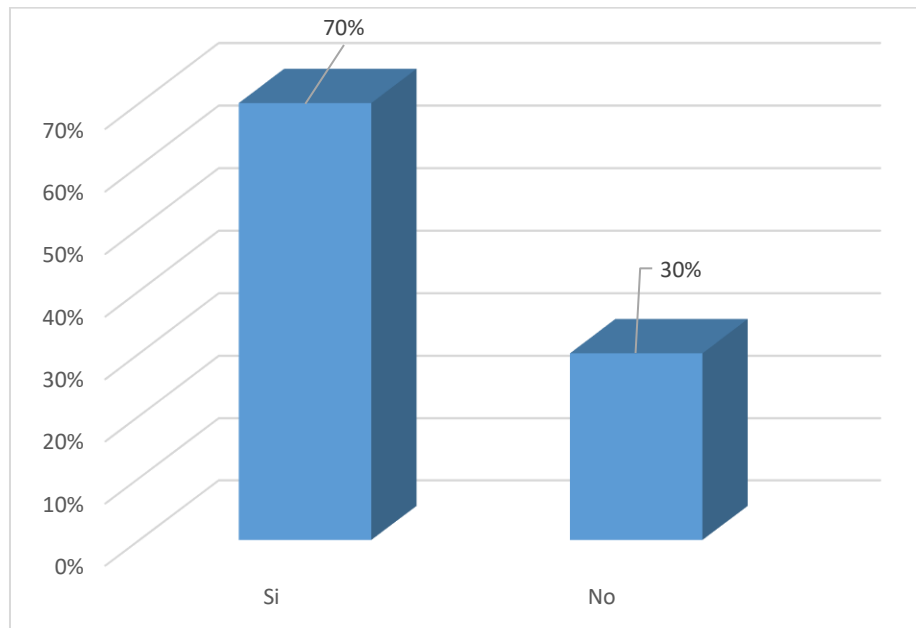
*Conoce el término Gestión de Calidad*

| Respuestas | <i>f</i> | %   |
|------------|----------|-----|
| Si         | 7        | 70  |
| No         | 3        | 30  |
| Total      |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 16**

*Gráfico de barras del conocimiento de los colaboradores*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 70% de ellos conocen el termino gestión de calidad.

**Tabla 17**

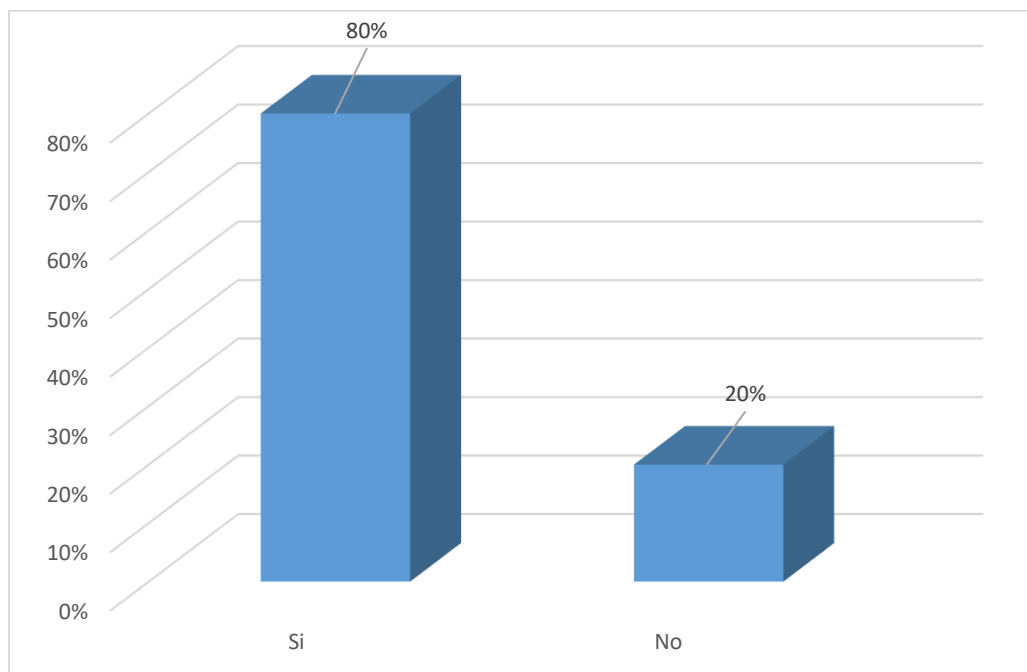
*Aplica una Gestión de calidad en su negocio*

| Respuestas | <i>f</i> | %   |
|------------|----------|-----|
| Si         | 8        | 80  |
| No         | 2        | 20  |
| Total      |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 17**

*Gráfico de barras de la aplicación de la gestión en la mype*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 80% de los trabajadores aplica una gestión de calidad.

**Tabla 18**

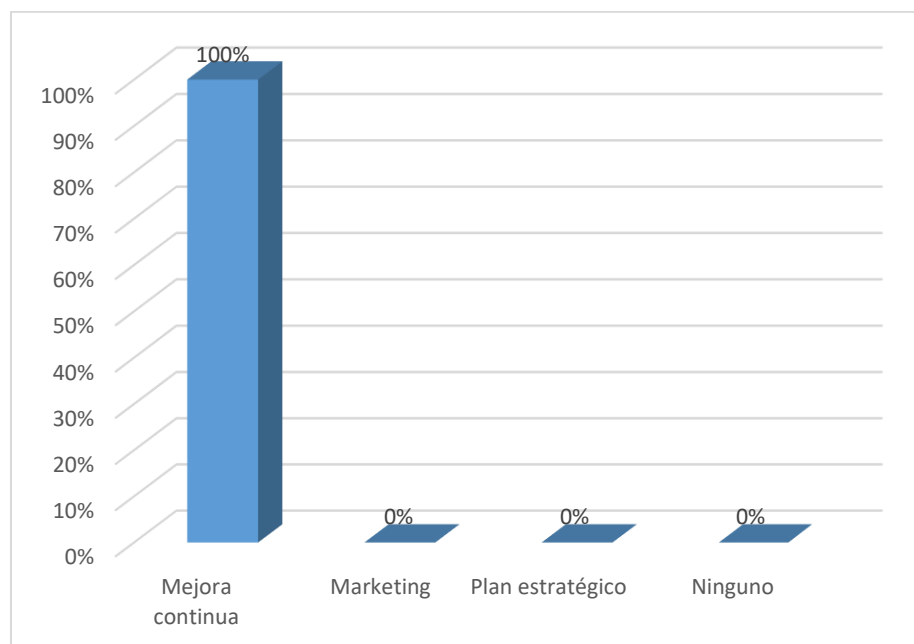
*Técnicas modernas de gestión empresarial usa en su empresa*

| Respuestas       | <i>f</i> | %   |
|------------------|----------|-----|
| Mejora continua  | 10       | 100 |
| Marketing        | 0        | 0   |
| Plan estratégico | 0        | 0   |
| Ninguno          | 0        | 0   |
| Total            |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 18**

*Gráfico de barras de la técnica usada en la mype*



Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que dentro de la mype se utiliza la técnica de mejora continua.

**Tabla 19**

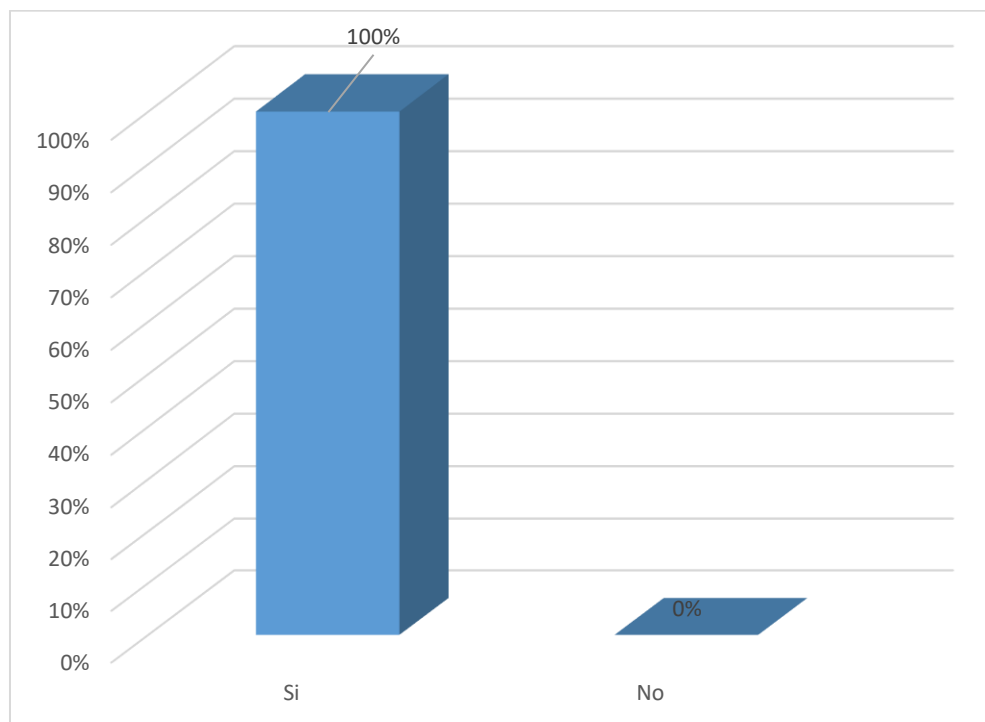
*La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa*

| Respuestas | <i>f</i> | %   |
|------------|----------|-----|
| Si         | 10       | 100 |
| No         | 0        | 0   |
| Total      |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 19**

*Gráfico de barras de la gestión de la empresa*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que dentro de la mype la gestión ayuda a alcanzar los objetivos de ella.

**Tabla 20**

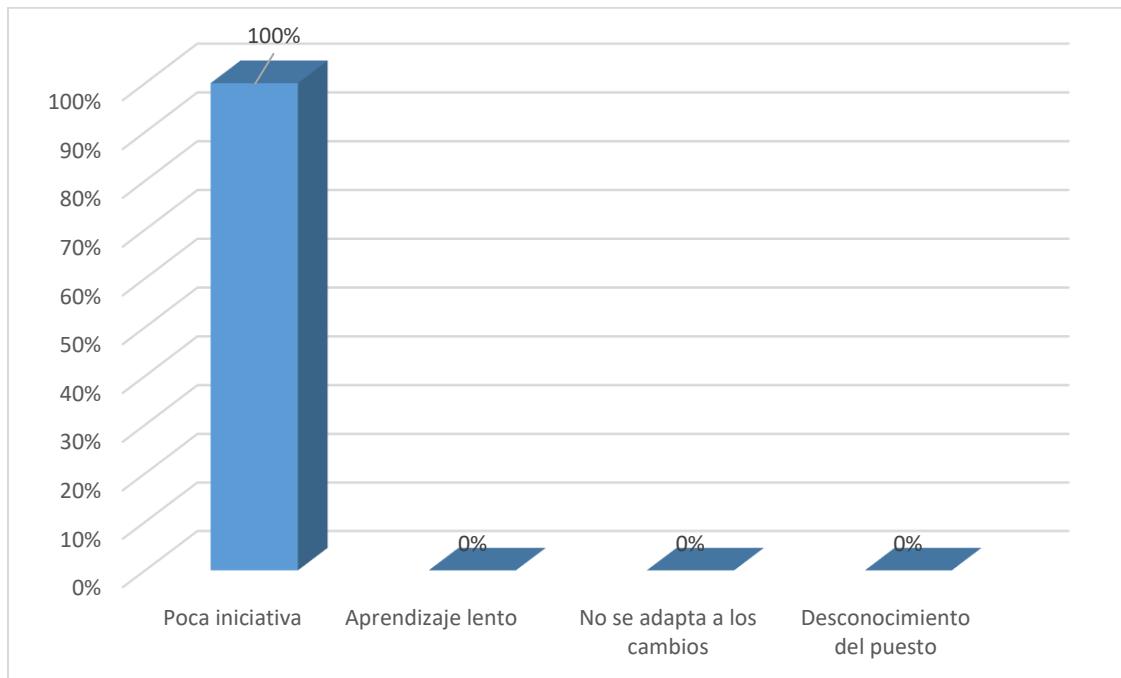
*Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad*

| Respuestas                 | <i>f</i> | %   |
|----------------------------|----------|-----|
| Poca iniciativa            | 10       | 100 |
| Aprendizaje lento          | 0        | 0   |
| No se adapta a los cambios | 0        | 0   |
| Desconocimiento del puesto | 0        | 0   |
| Total                      |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 20**

*Gráfico de barras de las dificultades de los colaboradores*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que los coloridores de la mype tiene poca iniciativa.



**Tabla 21**

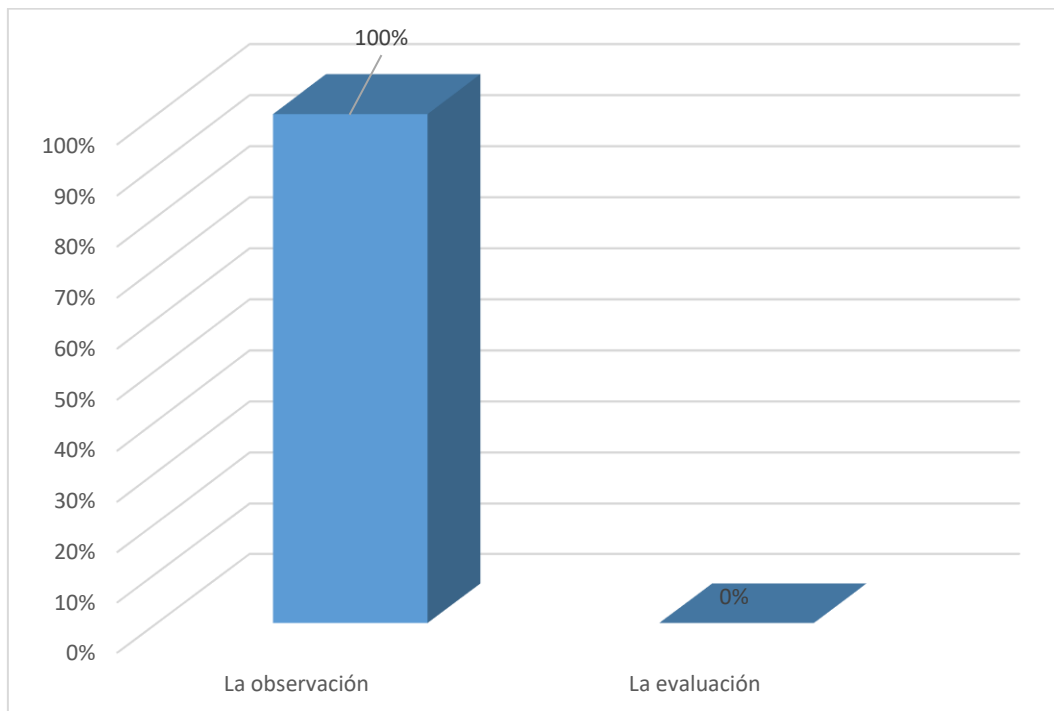
*Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce*

| Respuestas     | <i>f</i> | %   |
|----------------|----------|-----|
| La observación | 10       | 100 |
| La evaluación  | 0        | 0   |
| Total          |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 21**

*Gráfico de barras de la técnica para medir en rendimiento*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que la mype utiliza la técnica de la observación.

**Tabla 22**

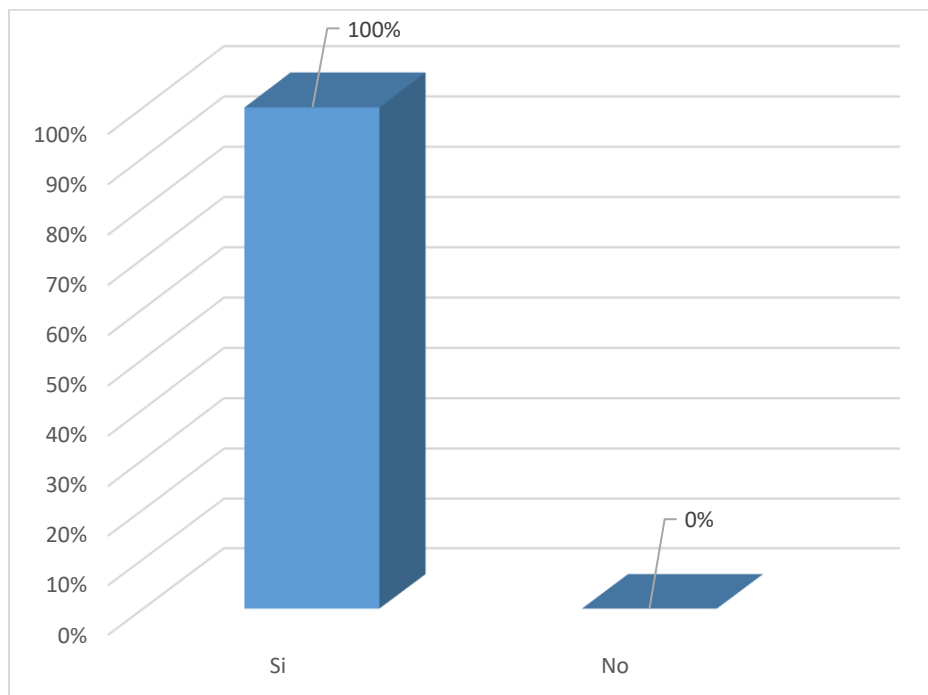
*La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio*

| Respuestas | <i>f</i> | %   |
|------------|----------|-----|
| Si         | 10       | 100 |
| No         | 0        | 0   |
| Total      |          | 100 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la mype.*

**Figura 22**

*Gráfico de barras de la contribución de la gestión de calidad en la mype*



*Nota.* De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la mype.

## V. DISCUSIÓN

Los resultados que obtuvieron nos refieren que la microempresa del sector comercial, rubro industrial del Perú: “Caso Forest Product Florida S.A.C-Callería”, mostrando que la mype objeto de estudio aplica una buena gestión de calidad en la atención al cliente, reflejado en la respuesta de los encuestados.

**Objetivo específico 1:** *Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: “Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”.*

de toda la población encuestada se evidencia que tiene conocimiento de la edad del propietario ya que se observa que el 100.00% marco de 19 a 39 años. Donde contrasta con Domínguez (2018) en su trabajo titulado “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro restobar, distrito de Yarinacocha”, en sus resultados obtenidos por medio de la encuesta aplicada en su investigación señala que el 20% de los propietario y trabajadores tienen entre 31 y 40 años, así mismo Mares (2013) en su artículo científico “Las micro y pequeñas empresas en el Perú” señala que las empresas del Perú están dirigidas en su mayoría por personas relativamente maduras con una visión de innovar el mercado, esto significa que en la empresa está dirigida y fue constituida por una persona de edad madura, la cual se puede decir que está preparada académicamente y con la capacidad de llevar al éxito a la empresa.

de toda la población encuestada se evidencia que tiene conocimiento del sexo del propietario ya que el 100.00% marco Masculino. Resultados que coinciden con Ojanama (2018) en su trabajo titulado “Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las Mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytia, región Ucayali, año 2018”, en sus resultados obtenidos en su investigación muestra resultados similares a los nuestros, lo cual significa que en ambas investigación tanto en la de Ojanama y la nuestra tienen aperturas semejantes al género del propietario, así mismo Mares (2013) en su artículo científico “Las micro y pequeñas empresas en el Perú” señala que las empresas del Perú en su mayoría esta dirigidas por hombres y un porcentaje menos por mujeres, lo cual significa que no importa el género si no la capacidad de llevar y dirigir una empresa que tiene más de 5 años en el mercado con una estabilidad económica y la capacidad de trabajar bajo estándares y/o lineamientos de calidad y técnica de mejora continua.

**Objetivo específico 2:** *Determinar las características de la gestión de la calidad, para atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: “Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”.*

Los resultados muestran que toda la totalidad de la población encuestada es decir el 100% de ellos, evidencia que la empresa si planifica sus actividades, los resultados obtenidos coinciden con Oviedo y Silva (2019), en su trabajo titulado “Sistema de gestión de calidad para ALICRIO S.A. bajo los requisitos de la NTC ISO 9001:2015. En la Universidad Distrital Francisco José De Caldas – Colombia” que refieren que las empresas deben trabajar bajo una gestión de mejora continua para el beneficio del proceso administrativo, poniendo en práctica planes, estrategias y herramientas, así mismo Lizarzaburu (2016), en su libro “La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015”, menciona que la buena gestión de calidad de una mype se ve reflejada en la planificación de sus procesos, cuyos procesos tiene que esta supervisados y trabajarlos bajo una visión de mejora continua para maximizar y aprovechar cada uno los recursos, por lo tanto esto significa que las empresas al planificar sus actividades tiene beneficios positivos que ayudaran en la correcta realización de las actividades de la mype, para poder aprovechar y maximizar todos los recursos de la mype y no ser desaprovechados.

Los resultados muestran que toda la totalidad de la población encuestada es decir el 100% de ellos, evidencia que la empresa utiliza y trabaja bajo los estándares de la técnica mejora continua, los resultados guardan relación con Alfonso y Soto (2017), en su trabajo titulado “Propuesta de plan de mejora para el proceso de Soporte al Cliente del área Comercial de Kantar IBOPE Media Colombia S.A.S., con base en los lineamientos del numeral 9.1 de la NTC-ISO 9001-2015”, que refieren al adoptar un modelo o plan de mejora continua en la empresa ayudara a la gestión y producción de ella, asi mismo Rubio y Uribe (2013) en su artículo científico “Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente”, mencionan que las mypes al tener una gestión de calidad y cumplir con sus requisitos los clientes tendrá un mejor producto estandarizado y de calidad creando fidelidad hacia la marca y empresa, esto significa que la empresa al implementar la técnica de mejora continua esta favorecerá al logro de objetivos establecidos y hacer más competitiva la empresa.

**Objetivo específico 3:** *Describir las características de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: “Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”.*

Los resultados muestran que de toda la población encuestada un 80% de ellos reflejan que la empresa toma como factor relevante la atención al cliente y la satisfacción de mismo, mientras que un el otro 20% está en desacuerdo, guardando relación con Rivera (2021), en su trabajo titulado “Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Abarrotes al por mayor -Del Jr. Ucayali - Callería – Coronel Portillo, 2021” refiere que al tener al cliente satisfecho se crea una relación buena con la empresa la cual es un beneficio para ella, así mismo Saucedo (2013) en su libro “Manual de atención al cliente”, menciona que para tener una excelente atención al cliente se debe tener en cuenta los factores que rodean al cliente para brindar una atención adecuada, cual significa que al tener los clientes satisfechos tanto con el producto, precio y calidad la empresa está desarrollando una estrategia de fidelización.

Los resultados muestran que la totalidad de la población encuestada es decir el 100% de ellos, tiene conocimientos de las necesidades de los clientes, teniendo relación con Rumichi (2019), en su trabajo titulada “Caracterización de la calidad del servicio y atención al cliente del restaurant cebichería los 7 mares del Distrito de el Alto, año 2018”, refiere que una buena atención al cliente se basa en el trato y la capacidad de respuesta que tiene el personal con el cliente, manejando de manera correcta las necesidades, quejas y sugerencias del personal para complementar el servicio y entender la necesidad de los clientes, así mismo con Arenal (2017), en su artículo científico “Gestión de la Atención al Cliente / Consumidor” refiere que existe entre sus criterios tener en cuenta las necesidades de los clientes, lo cual significa que al tener conocimiento de las necesidades de los clientes la empresa se debe asegurar que ellos reciban lo esperado y también que lo que recibieron sea de calidad.

## VI. CONCLUSIONES

Se concluye que la empresa cumple con las expectativas de los clientes, también se puede apreciar que la mype cumple con una buena administración eficiente que se compromete con la gestión de calidad, lo cual asegura su posicionamiento en el mercado.

En la actualidad la mype está aplicando una buena gestión de calidad y atención al cliente lo cual le permite seguir sus lineamientos enfocados al cumplimiento de sus objetivos.

Con respecto a los resultados arrojados en la investigación de esta investigación se logró encontrar las siguientes conclusiones que dan respuesta a las necesidades de la mype y los objetivos específicos planteados:

Según el objetivo específico 1: Según los resultados de la investigación, la empresa tiene apertura para emprendedores de un rango de edad en específico entre 19 a 39 años, de género masculino y con un grado de instrucción avanzado lo cual permite a la empresa tener conocimientos innovadores ya que en la actualidad los conocimientos empíricos no son lo suficiente para el nivel de competencia ante las demás empresas que están centradas en ofrecer productos y servicios de acuerdo a la necesidad de sus principales clientes. También se hace mención en que el cliente principalmente busca un producto y servicio de calidad, por otro lado, los clientes también buscan una atención de calidad, amable y respetuosa en la cual pueda escuchar y entender sus necesidades.

Según el objetivo específico 2: En términos de gestión de calidad, se puede ver que tienen el conocimiento de la tecnología de gestión empresarial, utilizan planes de trabajo, aprecian buenos resultados al utilizar un sistema de gestión de calidad, definen bien su estructura organizacional, toman en cuenta la importancia de poner en práctica la ética y los valores en la organización, demuestran y cumplen a cabalidad con la Misión y visión, centrándose en lo que creen que es más importante, mayores ventas, a menudo ignorando la satisfacción del usuario.

Según el objetivo específico 3: Con respecto a la atención al cliente que lleva la mype se refleja que todos los trabajadores tienen conocimiento del término y la existencia de esta variable, así mismo reflejan que la empresa brinda capacitación para el personal que tiene contacto directo con los clientes teniendo como resultado al brindar una buena atención que todos los clientes de la mype están satisfechos con el producto.

En cuanto a la satisfacción del cliente, se puede observar que consideran importante realizar promociones para adquirir nuevos usuarios y mantenerlos satisfechos al satisfacer sus

necesidades, lo hacen apegándose a los estándares establecidos, los trabajadores están bien capacitados y pueden brindar un buen servicio de alta calidad, tratar bien a los usuarios, considerar las sugerencias de los usuarios para mejorar los servicios.

Con respecto al conocimiento de los trabajadores se logró concluir que la mayoría tiene un conocimiento sobre cómo se lleva, aplica y aneja la gestión en la empresa empleando técnicas modernas como la mejora continua que ayuda a la organización alcanzar los objetivos y metas que se trazan durante el año, aunque en una de las preguntas los trabajadores reflejan que tiene poca iniciativa al implementar una gestión de calidad en la mype.

Aporte del investigador: La presente investigación beneficiara de manera directa a la gestión de la mype, y servirá de guía para futuras investigaciones que tengan relación a las variables de la investigación.

Beneficio del cliente: El beneficio del cliente a lo largo hasta el final de esta investigación es mejorar su atención para que así los servicios de la mype sean mejor empleados y atractivos para los clientes.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Se recomienda a la empresa a tener en consideración a personas más jóvenes y mejor preparadas para el cual mejorar la gestión de la empresa, se plantea este punto con la finalidad de optimizar y poder remplazar en algunos casos a un trabajador obsoleto.

Se recomienda a la mype y al personal que tiene contacto directo con los clientes, que se dé capacitaciones más seguidas y acortar el tiempo de espera en la atención de ellos, para que así el cliente no solo vaya satisfecho por el producto sino también por la atención.

Se recomienda a la mype implementar una herramienta de gestión más eficiente ya que como la mayoría de los trabajadores tiene conocimientos como se lleva, aplica y maneja los procesos dentro de la mype, por ejemplo, en diagrama de causa y efecto para identificar los problemas y clasificar las ideas útiles para combatirlo.

En conclusión, se puede apreciar que la mype, los trabajadores y el propietario de la mype tiene una gestión de calidad buena y una atención al cliente eficiente, la recomendación final sería que deben pulir los aspectos mencionados con la ayuda de herramientas de gestión y estrategias para la atracción de más clientes.

Se recomienda aplicar el plan de mejora con la finalidad de solidarizar la relación entre la gerencia y los colaboradores, para mejorar las necesidades del cliente en función a la calidad de los productos y servicio, todo esto apoyado bajo la filosofía de mejora continua.



## **PROPUESTA DE MEJORA**

Identificar la propuesta de mejora de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021.

### **Diagnóstico:**

De la investigación realizada en el caso de estudio podemos resumir como factores a ser mejorados lo siguiente:

#### **En relación a la Gestión de Calidad:**

Se encontró que existen deficiencias y que se deben implementar mejoras en cuanto a la dimensión principios de la gestión de calidad mejorar el comportamiento de los empleados en liderazgo, compromiso con los clientes, enfoque a procesos, mejora, gestión de las relaciones y potenciar el recurso humano.

#### **En relación a la Atención al cliente:**

Se encontró que existen deficiencias en la dimensión fases en la atención al cliente la cual se deben implementar mejoras.

Referente a la fidelización del cliente en relación al retorno del servicio brindado existe un porcentaje medianamente significativo que no lo toma en consideración, siendo para los emprendedores irrelevante, es decir falta un buen servicio de calidad, un precio competitivo que satisfaga las expectativas del cliente.

### **Objetivos:**

Mejorar el comportamiento de los empleados en liderazgo, compromiso con los clientes, enfoque a procesos, mejora y gestión de las relaciones. Potenciar el recurso humano.

#### **Atención al cliente:**

Mejorar las fases de la atención al cliente (presentación, atención, información, cierre y despedida)

Referente a la mejora continua en relación al incremento de la calidad de servicio, existe un porcentaje considerable que no trabajan en la mejora continua para incrementar la satisfacción al cliente, es decir, falta poner en práctica los procedimientos de atención que crean valor para la empresa al promover el desarrollo del servicio y mejorar la calidad de la atención.

Referente a las quejas del cliente en relación a que, si los colaboradores atienden bien los pedidos, existe un considerable porcentaje que no lo considera; esto quiere decir que los

emprendedores no sugieren otros métodos y soluciones, no saben escuchar la opinión de los clientes, ello conduce a que los emprendedores no estén seguros que el cliente esté satisfecho con el lugar cuando se vaya.

**Propuesta de mejora para la implementación de estrategias:**

| PROBLEMAS ENCONTRADOS (RESULTADOS)                                | OBJETIVOS   | ACCIONES DE MEJORA  | RESPONSABLE | INDICADORES  | META  |
|---|---|---|-------------|--|---|
| No brindan un buen servicio ante las necesidades de los clientes. | Mejorar la calidad de atención en los salones de belleza de la ciudad de Tingo María. | Brindar un servicio que satisfaga las necesidades y expectativas de los clientes, atención y productos.<br><br>Se debe contar con los colaboradores capacitados que demuestren eficiencia y eficacia para brindar un buen servicio al cliente, y cumplir con las necesidades de los clientes respecto a la calidad de atención. | Emprendedor | Nº de capacitaciones<br><br>Nº de charlas<br><br>Encuestas para medir el clima laboral | 1 capacitación cada 6 meses<br>1 charla / mes<br><br>Satisfacción laboral y productividad |

| PROBLEMAS ENCONTRADOS (RESULTADOS)   | OBJETIVOS  | ACCIONES DE MEJORA  | RESPONSABLE | INDICADORES   | META   |
|--|--|---|-------------|---|--|
| No trabajan en la mejora continua para incrementar la satisfacción al cliente. | Incrementar la calidad del servicio para la satisfacción del cliente, a través de la mejora continua en los salones de belleza de Tingo María. | La mejora continua debería de ser un objetivo estratégico permanente en los salones de belleza.<br><br>Deben comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, en satisfacer sus requerimientos, y esforzarnos en cumplir sus expectativas.<br><br>Deberían de innovar sus ambientes para que brinden una buena atención, ofertando productos de calidad y precio que sean competitivos. | Emprendedor | Efectividad en el incremento de la calidad del servicio.<br><br>Efectividad de satisfacer las necesidades del cliente.<br><br>Efectividad en innovar los ambientes. | Implantar la filosofía de la mejora continua, innovando sistemas que mejoran la calidad, para satisfacer a los clientes. |

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, J., & Vargas, J. (2010). *Servicio al cliente. Network de Psicología Organizacional. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología AC.*
- Alfonso, D., & Soto, L. (2017). *Propuesta de plan de mejora para el proceso de soporte al cliente del área comercial de Kantar Ibope media Colombia S.A.S., con base en los lineamientos del numeral 9.1 de la NTC-ISO 9001-2015.*
- Arbildo, C. (2021). *Propuesta de mejora de los procesos administrativos para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: rubro boticas-Callería, Pucallpa, 2020.*
- Arenal, C. (2017). *Gestion de la Atencion al Cliente / Consumidor. La Millan: Tutor Formacion.*
- Brown, A. (1992). *Gestión de la atención al cliente. Ediciones Díaz de Santos.*
- Carro, J., & Carro, J. (2008). *La inteligencia empresarial y el Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001: 2000 Ciencias de la Información, vol. 39, núm. 1, abril, 2008, pp. 31-44.*
- Cedeño, B., & Estid, D. (2018). *Desarrollo Del Sistema De Gestión De Calidad En Avefarm S.A.S., conforme a la Norma ISO 9001:2015.*
- Cima, M. (2021). *Propuesta de mejora de los procesos administrativos para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio: caso empresa Rodríguez Forest EIRL-Callería, Pucallpa, 2020.*
- Dueñas, J. (2015). *Planificación de la investigación de mercados.*
- Fasabi, C. (2020). *Gestión de calidad y el enfoque del Neuromarketing en la imprenta industria Grafica Selva ,Pangoa , 2020.*
- Garcia, O. (2018). *Gestión de calidad con el uso del marketing y la competitividad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, Nuevo Chimbote, año 2016.*
- Gonzalez, A. (2018). *¿Qué es el control de calidad?*
- González, C. (2015). *Conceptos: Universo, Población y Muestra. Obtenido de: <https://www.ggonzalez.cl/conceptos-universo-poblacion-y-muestra/>.*
- Hernández R, F. C. (2014). *Metodología de la investigación. Quinta edición.*
- Heskett, J. (1996). *Cultura de Empresa y Rentabilidad. Madrid, España: Diaz De Santos S.A.*

- Izquierdo, B. (2021). *Propuesta de mejora del proceso administrativo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro Aserraderos, Manantay, Pucallpa, 2021.*
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia. México: Prentice-Hall.*
- Lizarzaburu, E. (2016). *La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015.*
- Lovelock, C. (2004). *Administración de Servicios: Estrategias de Marketing, Operaciones y Recursos Humanos. Madrid: Pearson.*
- Mares, C. (2013). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú.*
- Montañez, D. (2017). *Diseño y Documentación del Sistema de Gestión de Calidad en la Empresa Euro Networks & Technologies S.A.S. Bajo la Norma ISO 9001:2015.*
- Navarro, J. (2014). *Definición de ISO 9001, recuperado de:*  
<https://www.definicionabc.com/negocios/iso-9001.php>.
- Oviedo, J., & Silva, J. (2019). *Sistema de gestión de calidad para ALICRIO S.A. bajo los requisitos de la NTC ISO 9001:2015. En la Universidad Distrital Francisco José De Caldas – Colombia.*
- Pacheco, J. (2019). *Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ferreterías en la ciudad de Yurimaguas, provincia de Alto Amazonas, 2017.*
- Pérez, J., & Gardey, A. (2009). *Definición de cliente - Qué es, Significado y Concepto. Definicion.de. Recuperado: de <https://definicion.de/cliente/>.*
- Pineros, J. (2009). *Medición de la Satisfacción del Cliente del Restaurante Museo Taurino, y Formulación de Estrategias de Servicio para la Creación de Valor.*
- Proaño, M. (2017). *Propuesta de un modelo de gestión de calidad en agencias tour operadoras. Caso: Climbing Tours, en Quito.*
- Rivellon, R. (2017). *Como evitar la deserción escolar e incrementar el rendimiento académico a partir de la técnica meditación trascendental como estrategia académica.*
- Rivera, V. (2021). *Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro abarrotes al por mayor - del Jr. Ucayali - Callería – Coronel Portillo, 2021.*

- Rodríguez, J. (2021). *Propuesta de mejora de los procesos administrativos para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro factorías– Callería, Pucallpa, 2020.*
- Rubio, G., & Uribe, M. (2013). *Modelo de gestión de la CALIDAD en el servicio al cliente - una aplicación para las grandes superficies. Tolima: Sello Editorial Universidad del Tolima.*
- Saucedo, H. (2013). *Manual de atención al cliente . Ecuador.*
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en Servicio. Liderazgo 21.*
- Uladech. (2019). *Código De Ética Para La Investigación Versión 002.*

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de consistencia

| Enunciado del problema   | Objetivos   | Variables  | Hipótesis   | Metodología  |
|--|---|--|---|--|
| <p>¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021?</p> | <p><b>Objetivo general:</b><br/>Proponer las mejoras de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b><br/>“Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”.</p> <p>“Describir las características de la gestión de la calidad, para la gestión de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”.</p> <p>“Determinar las características de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”.</p> <p>“Identificar la propuesta de mejora de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021”.</p> | <p>Atención al cliente</p> <p>Gestión de calidad</p> | <p>El presente trabajo de investigación no plantea hipótesis</p> <p>Hernández, Fernández y Baptista (2014). Indica que “No, no en todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio” (p.104)</p> | <p><b>Diseño de la investigación</b><br/>El diseño de la investigación fue Transversal-No experimental y descriptivo</p> <p><b>Población:</b><br/>La empresa Forest Product Florida S.A.C.</p> <p><b>Muestra:</b><br/>El gerente y 9 empleados de la empresa</p> <p><b>Técnica:</b><br/>Cuestionario</p> <p><b>Instrumento:</b><br/>Encuesta</p> |

## Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE

### ACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado propietario o representante de la MYPE, las siguientes preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recolectar información para analizar la **PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCION AL CLIENTE, PARA LA GESTION DE LA CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO INDUSTRIAL DEL PERÚ: CASO FOREST PRODUCT FLORIDA S.A.C - CALLERÍA, 2021.**

#### Encuestado:

(a)..... Fecha....../..../2021.

#### Objetivo específico

**O1** Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021

**O2** Describir las características de la gestión de la calidad, para la gestión de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021.

**O3** Determinar las características de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021.

#### a) Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

1. Qué edad tiene el propietario:

a) 18 a 28 años    b) 29 a 39 años    c) 40 a 49 años    d) más de 50 años

2. Cuál es el sexo del propietario:

- a) Masculino b) femenino

3. Grado institucional:

- a) Estudio básico b) Técnico c) Universitario

4. Tiempo que desempeña en el cargo

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

**b) Referente a las características de las micro y pequeñas empresas.**

5. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

6. Número de trabajadores

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

7. Objetivo de la creación de la empresa

- a) Generar ganancia b) Subsistencia

**c) Referente a la variable gestión de calidad**

8. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

- a) Si b) No

9. ¿Está aplicando una Gestión de calidad en su negocio?

- a) Si b) No

10. ¿Qué técnicas modernas de gestión empresarial usa en su empresa?

- a) Mejora continua b) Marketing c) Plan estratégico d) Ninguno

11. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?

- a) Si b) No

12. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?

- a) Poca iniciativa b) Aprendizaje lento c) No se adapta a los cambios d) Desconocimiento del puesto

13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?



a) La observación    b) La evaluación

14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

a) Si    b) No

**c) Referente a la variable atención al cliente**

15. ¿Conoce el término atención al cliente?

a) Si    b) No

16. Cada que tiempo se le capacita en atención al cliente

a) Cada 3 meses    b) Cada 6 meses    c) Anualmente    d) No capacita

17. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?

a) Clientes satisfechos    b) Fidelización de los clientes    c) Posicionamiento de la empresa

18. ¿Considera Ud. que la atención al cliente es un factor relevante o importante para la gestión de calidad?

a) Si    b) No

19. ¿Considera Ud. que la atención al cliente es un factor relevante o importante para mejorar el nivel de satisfacción al cliente?

a) Si    b) No

20. ¿De qué manera mejora la atención al cliente en su empresa?

a) Amabilidad    b) Capacitación al colaborador    c) Información al cliente    d) Todas las anteriores

21. ¿Qué estrategias utiliza Ud. para satisfacer las necesidades del cliente?

a) Mejorar calidad del producto y/o servicio    b) Innovación de producto    c) Rapidez en la atención

22. ¿Qué ventajas tendrá la empresa al brindar una buena atención al cliente?

a) Rentabilidad    b) Buena imagen    c) Fidelización    d) Captación del cliente

### Anexo 3. Validez del instrumento



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

#### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Arévalo Pérez, Romel.
- 1.2. Grado Académico: Magister, Contador Público Colegiado Certificado.
- 1.3. Profesión: Contador.
- 1.4. Denominación del instrumento: Cuestionario.
- 1.5. Autor del instrumento: Flores Torres, Karen Elizabeth.
- 1.6. Carrera: Administración.

##### II. VALIDACIÓN:


Ítems correspondientes al Instrumento 1. Variable: Gestión de calidad

| N° de ítem  | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
|   | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|   | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Compromiso de los colaboradores</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. Satisfacción del trabajador                      | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. Fidelización del trabajador                      | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 2: Liderazgo</b>                       |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. Motivación                                       | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. Toma de decisiones                               | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3. Orientación al logro                             | X   |    | X   |    | X   |    |               |

**Ítems correspondientes al Instrumento 2. Variable: Atención al cliente**

| N° de ítem                               | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
|  | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|  | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Satisfacción</b>         |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. Expectativa                           | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. Conformidad                           | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3. Resultado                             | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 2: Servicio de atención</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. Estrategia                            | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. Fidelidad                             | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3. Valor agregado                        | X   |    | X   |    | X   |    |               |

**Otras observaciones generales:**

  
 Mg. Contador Público Colegado Certificado

Mg. CPCC. Arévalo Pérez, Romel



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Crysber M. Maldiviezo Saravia
- 1.2. Grado Académico: MBA.
- 1.3. Profesión: Administrador
- 1.4. Denominación del instrumento: Cuestionario.
- 1.5. Autor del instrumento: Flores Torres, Karen Elizabeth.
- 1.6. Carrera: Administración.

### II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1. Variable: Gestión de calidad

| N° de Ítem  | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
|   | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|   | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Compromiso de los colaboradores</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. Satisfacción del trabajador                      | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. Fidelización del trabajador                      | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 2: Liderazgo</b>                       |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. Motivación                                       | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. Toma de decisiones                               | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3. Orientación al logro                             | X   |    | X   |    | X   |    |               |

**Ítems correspondientes al Instrumento 2. Variable: Atención al cliente**

| N° de Ítem                               | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
|  | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|  | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Satisfacción</b>         |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. Expectativa                           | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. Conformidad                           | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3. Resultado                             | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 2: Servicio de atención</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. Estrategia                            | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. Fidelidad                             | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3. Valor agregado                        | X   |    | X   |    | X   |    |               |

**Otras observaciones generales:**



Firma

MBA Crysber M. Valdíviezo Saravia

Colegiatura: Nro.11296



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Sergio Ortiz Garcia
- 1.2. Grado Académico: Magister
- 1.3. Profesión: Administrador
- 1.4. Denominación del instrumento: Cuestionario.
- 1.5. Autor del instrumento: Flores Torres, Karen Elizabeth.
- 1.6. Carrera: Administración.

### II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1. Variable: Gestión de calidad

| N° de ítem  | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
|   | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|   | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Compromiso de los colaboradores</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. Satisfacción del trabajador                      | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. Fidelización del trabajador                      | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 2: Liderazgo</b>                       |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. Motivación                                       | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. Toma de decisiones                               | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3. Orientación al logro                             | X   |    | X   |    | X   |    |               |

**Ítems correspondientes al Instrumento 2. Variable: Atención al cliente**

| N° de ítem                               | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
|  | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|  | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Satisfacción</b>         |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. Expectativa                           | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. Conformidad                           | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3. Resultado                             | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 2: Servicio de atención</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. Estrategia                            | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. Fidelidad                             | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3. Valor agregado                        | X   |    | X   |    | X   |    |               |

**Otras observaciones generales:**

Mgr. Sergio Ortiz Garcia

#### Anexo 4. Confiabilidad del instrumento

| <b>Resumen de procesamiento de casos</b>                                      |          |    |       |
|---|----------|----|-------|
|   |          | N  | %     |
| Casos   | Válido   | 22 | 100.0 |
|   | Excluido | 0  | 0.0   |
|   | Total    | 22 | 100.0 |
| a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento. |          |    |       |

| <b>Estadísticas de fiabilidad</b> |   |                |
|-----------------------------------|---|----------------|
| Alfa de Cronbach                  | Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados | N de elementos |
| 0.750                             | 0.768   | 21             |



## Anexo 5. Formato de consentimiento informado



Anexo 3:

### UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

#### **PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)**

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

La presente investigación se titula "**Propuesta De Mejora De La Atención Al Cliente, Para La Gestión De La Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro Industrial Del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callera, 2021.**" y es dirigido por Flores Torres, Karen Elizabeth, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **cumplir con el protocolo de consentimiento informado para encuestas.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de Página de la Universidad.

Si desea, también podrá escribir al correo [1811120064@uladech.pe](mailto:1811120064@uladech.pe) para recibir mayor información.

Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Emanuel

Fecha: Pacallpa, 7 de octubre del 2021.

Firma del participante: \_\_\_\_\_

Firma del investigador (o encargado de recoger información): \_\_\_\_\_

## Anexo 6. Evidencias



