



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA DE
REVISIONES TÉCNICAS CERTIFICA DEL NORTE S.A.C,
DISTRITO DE PIURA, 2022.

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

AUTOR

CARCAMO MONTEJO, SAMMY PATRICIA

ORCID: 0000-0001-8515-6140

ASESOR

MGTR. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

PIURA-PERU

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Cárcamo Montejo, Sammy Patricia

ORCID: 0000-001-8515-6140

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura, Perú.

ASESOR

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Facultad de Ciencias e Ingeniería

Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. León Vigo, Maritza

ORCID: 0000-0002-1003-0372

Mgtr. Patiño Niño, Víctor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. León Vigo, Maritza

ORCID: 0000-0002-1003-0372

Presidente

Mgtr. Patiño Niño, Víctor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por darme las fuerzas necesarias para culminar este estudio y no desmayar ante los obstáculos presentados en el camino, por brindarme su amor, sabiduría e inteligencia para alcanzar cada uno de mis objetivos.

Además, agradezco a mis padres por brindarme siempre su amor, apoyo y confianza en cada una de mis metas y objetivos propuestos en mi carrera profesional, puesto que gracias a ellos he tenido la motivación para culminar exitosamente esta investigación. Asimismo, agradezco a mi asesora quien a través de sus conocimientos y enseñanzas me han guiado con paciencia en el transcurso de la elaboración de esta investigación.

DEDICATORIA

Esta investigación va dedicado a mi familia, en especial a mi padre Pedro Cárcamo Montejo y mi madre Patricia Montejo Trelles, por ser ellos los principales precursores para el desarrollo de este estudio, quienes con su apoyo me motivaron día a día a seguir adelante, a nunca rendirme y a tener perseverancia en cada objetivo que me proponga.

RESUMEN

La presente investigación Propuesta de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente de la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022. presentó como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022. La metodología fue de diseño no experimental - transversal - descriptivo - de propuesta. Para la recolección de datos se utilizó una población y muestra compuesta por 10 trabajadores de la empresa y una población infinita de clientes utilizando una muestra probabilística de 385 clientes. A quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, mediante la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 80.00 % de trabajadores indicó que nunca se ha implementado un sistema de gestión de calidad eficiente, además el 100 % señaló que siempre la gestión de calidad garantiza un servicio eficiente, asimismo el 53.51% de los clientes determinó que siempre se da solución a los problemas o reclamos. También el 72.47 % señaló que siempre se cumple con las expectativas del servicio brindado. Se concluyó que la totalidad de trabajadores señalan que siempre la gestión de calidad garantiza un servicio eficiente, asimismo la mayoría de clientes señaló que siempre se sienten satisfechos con la atención brindada. Por lo tanto, es fundamental aplicar la gestión de calidad en las organizaciones y brindar un servicio de calidad.

Palabras clave: Gestión de calidad, atención al cliente y satisfacción

ABSTRACT

The present research Proposal to improve quality management and customer service of the microenterprise of Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, District of Piura, 2022. Presented as a general objective: Establish a proposal to improve Quality Management and Customer Service. client in the microenterprise of Technical Reviews Certifica del Norte S.A.C, district of Piura, 2022. The methodology was non-experimental design - cross-sectional - descriptive - proposal. For data collection, a sample population composed of 10 company workers and an infinite population of clients using a probabilistic sample of 385 clients was used. To whom I apply a 20-question questionnaire, using the survey technique, obtaining the following results: 80.00% of workers indicate that an efficient quality management system has never been implemented, in addition 100% indicate that management always of quality guarantees an efficient service, likewise 53.51% of the clients determined that solutions to problems or claims are always given. Also 72.47% indicate that the expectations of the service provided are always met. It is concluded that all workers indicate that quality management always guarantees an efficient service, likewise the majority of clients indicate that they always feel satisfied with the care provided. Therefore, it is essential to apply quality management in organizations and provide quality service.

Keywords: Quality management, customer service and satisfaction

CONTENIDO

TÍTULO	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
2.1. Antecedentes	7
2.2. Bases teóricas	40
2.3. Marco conceptual	61
III. HIPÓTESIS	63
IV. METODOLOGÍA	64
4.1. Diseño de la investigación	64
4.2. Población y muestra	66
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	68
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	73
4.5. Plan de análisis.....	74
4.6. Matriz de consistencia.....	75
4.7. Principios éticos	78
V. RESULTADOS	80
5.1. Resultados	80
5.2. Análisis de resultados.....	90
VI. CONCLUSIONES.....	102
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	105
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	124
ANEXOS	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Característica de la optimización de la Gestión de calidad en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.	80
Tabla 2. Características de los procesos de planeación de la gestión de calidad en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022..	80
Tabla 3. Características del servicio de atención al cliente en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.....	83
Tabla 4. Características de la satisfacción al cliente en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.....	84
Tabla 5. Propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad y atención en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C. Distrito de Piura, 2022.	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Implementación de un eficiente sistema de gestión de calidad.....	162
Figura 2. La gestión de calidad garantiza un servicio eficiente.....	162
Figura 3. Utilización de recursos para alcanzar objetivos	163
Figura 4. Cumplimiento con el tiempo establecido en el horario de trabajo	163
Figura 5. Comunicación y se toma en cuenta a los trabajadores para la toma de decisiones	164
Figura 6. Trabajo en equipo para la toma de decisiones.....	164
Figura 7. Conocimiento de las políticas de la empresa	165
Figura 8. Una buena planificación permitirá alcanzar objetivos	165
Figura 9. Recompensas o reconocimiento por alcanzar objetivos.....	166
Figura 10. Métodos de trabajo para el logro de los objetivos y mejora continua.....	166
Figura 11. Servicio de calidad, eficaz y personalizado	167
Figura 12. Se da solución a los problemas, reclamos o dudas que se presentan	167
Figura 13. Satisfacción con la atención brindada	168
Figura 14. La buena atención ayuda a la fidelización de los clientes.....	168
Figura 15. La buena atención es fundamental para que el cliente regrese	169
Figura 16. Medición del grado de satisfacción del cliente mediante encuestas	169
Figura 17. Cumple con las expectativas del servicio brindado	170
Figura 18. Una buena atenciónal cliente trae beneficios a la empresa	170
Figura 19. Recomendación de la empresa	171
Figura 20. Aplicación de estrategias para el servicio al cliente.....	171

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas son responsables de una generación de empleos e ingresos importantes en todo el mundo, naturalmente, son uno de los principales activos para la reducción de la pobreza y el fomento del desarrollo. Cabe enfatizar que, en América Latina las mypes son motores fundamentales para el crecimiento económico del país y se deduce que cerca del 60% de latinoamericanos trabajan en empresas de cinco a menos empleados. (González y Becerra, 2021)

Aun cuando las micro y pequeñas empresas son importantes para la economía de un país, muchas de ellas tienen problemas de gestión de calidad y atención al cliente como la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C debido a que los representantes no cuentan con conocimientos especializados para poder realizar una gestión de calidad óptima lo que genera que los procesos no estén organizados y se cometan errores, se tomen malas decisiones y el servicio que se brinda no sea de manera eficiente, del mismo modo los clientes se sienten insatisfechos por la mala atención que reciben ya que los trabajadores desconocen de los protocolos de atención al cliente. Contar con una adecuada atención al cliente es fundamental, ya que cualquier consumidor que compre los productos o servicios merece recibir un trato atento, cordial y servicial por parte de la empresa.

Pero este problema no solamente es a nivel nacional sino también internacional, por mencionar:

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en India representan más del 80 % del total de compañías industriales, emplean a una cifra estimada de 117 millones de personas, y contribuyen con más del 40 % de la producción y las

exportaciones de la industria manufacturera. Más del 50 % de las mypes son empresas rurales distribuidas extensamente a través de estados de ingreso bajo, convirtiéndolas en un sector importante para promover el crecimiento económico inclusivo y la reducción de la pobreza. (Banco Mundial, párr.2, 2019)

En Chile las mypes han rescatado una situación primordial para su economía, donde son capaces de aportar un 60% al PIB y también un 60% de empleos creando una participación en la producción nacional del país, sin embargo, presentan problemáticas de gestión de calidad lo que origina la mala administración, no permite que los dueños no tengan planificados sus metas y objetivos, de esta forma, esto dificulta el adecuado uso de los recursos, generando esto tener una desventaja competitiva en el mercado. Asimismo, presentan problemas de atención al cliente donde los tiempos de respuestas son largos, originando que el consumidor no obtenga el producto o servicio debido a la falta de respuesta por parte de los representantes de la empresa, ocasionado que los clientes no recomienden a la empresa, y se vayan a la competencia. (Luco, 2019)

Las mypes en Ecuador han hecho esfuerzos para fortalecerse y permanecer en el mercado; no obstante, se han venido identificando una serie de elementos relacionados con el éxito y permanencia de las PYMES en las actividades económicas del país, factores relacionados claramente con la gestión de calidad y particularmente de servicio al cliente. Una peculiaridad específica de las PYMES en Ecuador es que tienen un origen familiar y una esencia de supervivencia; igualmente consideran que solo el 5% perdura después del tercer año, normalmente por debilidades en la capacitación constante del personal,

inadecuada infraestructura e incapacidad de agregar valor a sus productos o servicios brindados. (Pincay, 2020)

En los últimos años muchas empresas han venido haciendo énfasis en la gestión de calidad y atención al cliente como una dimensión, como aquel servicio que proporciona la organización para ofrecer sus productos o servicios y puedan ser obtenidos de manera más rápida anticipándose a las necesidades de los clientes, de esta manera fidelizándoles en un futuro.

Visiblemente en las micro y pequeñas empresas de Argentina, se refleja el 70% de empleo, de esta manera, aportan la mitad del PIB mundial. Sin embargo, son trascendentales para el crecimiento del país, no obstante, muchas entidades atraviesan dificultades a nivel global. Carecen de poca atención al cliente, donde se puede observar el poco trato al consumidor, es decir, que muchos empresarios no tienen una visión empresarial, teniendo en cuenta, que no desarrollan las habilidades de los empleados, así como, contratan personal no calificado para el puesto de trabajo. Cabe señalar que, presentan dificultades en la gestión de calidad, debido a una mala ejecución en los procesos, esto origina mayores gastos, poca productividad, pocas ventas y teniendo como resultado productos o servicios deficientes, concibiendo pocos clientes, esto lleva a que muchas organizaciones clausuren a los primeros años. (Franzolini, 2019)

En el Perú las micro y pequeñas empresas son esenciales, dado a que conciben un impacto en la generación de empleo e incremento de los ingresos, asimismo,

aportan cerca del 40% del PIB. A la par, se enfrentan a una serie de obstáculos, como la falta de capital humano, al mismo tiempo los dueños no son flexibles a los nuevos cambios, estancándose y no permitiendo desarrollarse económicamente. Sin embargo, pocas empresas son las que implementan la gestión de calidad, y aplican un correcto protocolo de atención al cliente. (Fischman, 2019).

En el distrito de Piura donde se elaboró el estudio, las micro y pequeñas empresas han crecido y desarrollado; por lo que generan más fuente de empleo, sin embargo, tienen problemas de gestión de calidad y atención al cliente. ya que sus representantes no tienen conocimientos sobre estas herramientas que tiene como objetivo evitar errores en el proceso del servicio, por eso es importante que realicen una buena gestión de calidad, así como mejorar la atención a los clientes siempre innovando, capacitando, planificando y tomando las decisiones correctas para hacer frente a la competencia. Y de esta manera el cliente se sienta satisfecho con el servicio que brindado.

Debido a la anteriormente mencionado se determinó como problema general: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la microempresa de revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022?

De esta manera, para dar solución a dicho problema, se planteó como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la Gestión de Calidad y Atención

al cliente en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.

Para cumplir con el propósito del objetivo general se determinó los siguientes objetivos específicos: Describir las características de la optimización de la gestión de calidad en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022. Determinar las características de los procesos de planeación de la gestión de calidad en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022. Identificar las características del servicio de atención al cliente en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022. Medir la satisfacción del cliente en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022.

La investigación se justifica a modo que es de suma importancia para todas las mypes. Servirá como una herramienta para hacer frente a la competencia y crecimiento del negocio. Al mismo tiempo se justifica porque permitirá ofrecer a representantes, estudiantes y futuros administradores una serie de nuevos datos, investigaciones sobre gestión de calidad y atención al cliente. Además, se justifica porque permitió mejorar los procesos de gestión de calidad y la atención al cliente en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.

Para la recolección de datos se utilizó una población muestral compuesta por 10 trabajadores de la empresa y una población infinita de clientes utilizando una muestra probabilística de 385 clientes. A quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, mediante la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 80.00 % de trabajadores indicó que nunca se ha implementado un sistema de gestión de calidad eficiente, además el 100 % señaló que siempre la gestión de calidad garantiza un servicio eficiente, asimismo el 53.51% de los clientes determinó que siempre se da solución a los problemas o reclamos. También el 72.47 % señaló que siempre se cumple con las expectativas del servicio brindado. Se concluye que la totalidad de trabajadores señaló que siempre la gestión de calidad garantiza un servicio eficiente, asimismo la mayoría de clientes mostró que siempre se siente satisfecho con la atención brindada. Por lo tanto, es fundamental aplicar la gestión de calidad en las organizaciones y brindar un servicio de calidad.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Variable 1: Gestión de Calidad

Parra y Picay (2020) en su trabajo de investigación *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras una mirada en Ecuador*.

La investigación tuvo como objetivo general: Analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras en Ecuador. La investigación es de tipo cualitativo, descriptivo, no transversal, utilizando una población de 38 pymes y la muestra fue de 20, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 11 preguntas a través de la técnica de la encuesta.

Obteniendo los siguientes resultados: que las condiciones en las que operan las PYMES comercializadoras en relación a la gestión de la calidad del servicio al cliente, el 80% desconocen que es la gestión de calidad, el 80% no se emplean sistemas de gestión de calidad y los métodos de evaluación del servicio son poco fidedigno, el 87% desconocen el alcance y los objetivos de la gestión de calidad, el 66% brindan un buen trato a los clientes, el 77% no ha capacitado al personal, el 100% no tiene un libro de reclamaciones, el 33% no motiva al personal, el 85% de las pymes generan ganancias, el 64% manifiesta que no cuenta con una base de datos, el 55% entrega los productos en el local, el 62% mencionan que hacen promociones. Llegando a la siguiente conclusión: Unode los aspectos relevantes fue el encontrar que un gran número de las PYMES desconocen el alcance de la gestión de calidad de servicio, utilizando métodos

poco confiables para hacer la evaluación de la productividad de sus empleados; además carecen de una experiencia previa en cuanto a los procesos de gestión de empresas.

Hacen énfasis en la necesidad de recibir la formación para mejorar sus servicios al cliente, aspecto que pudiese ser utilizado en otras investigaciones, cuyo propósito sea la elaboración de propuestas formativas.

Pizarro (2018) en su trabajo de investigación *Análisis de gestión de calidad gestión del conocimiento e innovación en las Pymes de la ciudad de Ambato, año 2017*. Tuvo como objetivo general: Describir las características del análisis de gestión de calidad, gestión del conocimiento e innovación en las pymes de la ciudad de Ambato, año 2017. La metodología utilizada fue de tipo exploratorio y descriptivo. Se utilizó una población y muestra de 94 Pymes. Se utilizó la técnica de la observación y encuesta y como instrumento el cuestionario, estructurado por 10 preguntas. Se obtuvo los siguientes resultados: El 93% indican que el liderazgo es fundamental en la empresa, el 40% menciona que la han definido las políticas / planificación de la calidad, el 38% mencionan que su mayoría no disponen de un área de recursos humanos, el 49% manifiestan que valoran la importancia de un buen programa de capacitación al personal ya que crea una ventaja competitiva para la empresa, el 69% indican que han introducido en las empresas la gestión de procesos lo que significa cambios de gran alcance y fundamentales que afectan a todos los involucrados, el 30% indica que es la mejora continua, que es un proceso que

impulsa a una empresa a ser analítica y creativa para encontrar formas de volverse más competitiva, el 83% manifiestan que si resuelve los reclamos de los clientes, el 64% manifiestan que si conoce que es gestión de calidad, el 70% mencionan que si implementan la gestión de calidad, el 55% mencionan que no se adaptan frente a los nuevos cambios. Llegando a la siguiente conclusión: que las pequeñas y medianas empresas, aunque se encuentran con valores por encima de la media, aún falta que pongan mayor atención tanto en la inversión en nuevos procesos y creación de nuevos productos que satisfagan las necesidades del cliente. Asimismo, las empresas han realizado una aceptable gestión de calidad, conocimiento e innovación, sin embargo, requieren iniciativas para fortalecer su competitividad y las opciones de participación en nuevos mercados como el exterior y el de compras públicas del Estado.

Ariza y Flechas (2018) en su trabajo de investigación *Diseño del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 para la comercializadora de ferreterías en Colombia R.F.C.S.A.S.* La investigación tuvo como objetivo: Diseñar el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 para la Comercializadora de Ferreterías en Colombia R.F.C. S.A.S. La metodología utilizada fue de tipo cualitativo, exploratorio y transversal. Se utilizó una población y muestra de 12 Pymes. Se utilizó la técnica de la observación y encuesta como instrumento el cuestionario, estructurado por 12 preguntas. Obteniendo como resultados: El 66% manifiestan que el liderazgo es primordial, el 51% manifiestan que garantizan los requisitos de los clientes y

lo cumplen, el 62% indican que establecen una adecuada política de calidad, el 72% manifiestan que el aspecto de mejora y la evaluación de desempeño, el 90% de ellos tienen conocimiento del sistema de gestión de calidad y muestran interés, el 66% de los encuestados indican que hacen seguimiento a sus procesos, el 73% indican que aseguran la calidad del producto, el 33% menciona que implementa la mejora continua, el 77% indican que existe buena comunicación dentro de las empresas, el 55% mencionan que hacen planificaciones de los objetivos y metas, el 44% manifiestan que mantienen buena relación con los proveedores. Llegando a la siguiente conclusión: que se estableció que los procesos de la compañía, de acuerdo a las directrices dadas por la norma ISO 9001:2015, cumplió con los requisitos mínimos exigidos por la norma con respecto a la documentación. De la misma forma, el personal tanto administrativo como operativo vinculado al sistema de gestión de calidad es el principal factor a tener en cuenta al momento de su implementación, un buen programa de gestión del cambio y divulgación de estrategias y resultados resulta de gran apoyo para la consecución de los resultados esperados.

Variable 2: Atención al Cliente

Quezada (2018) en su investigación *Modelo de Gestión Estratégica y Atención al Cliente para la Empresa Comercial la Feria Cia. LTDA, ubicada en la ciudad de Santo Domingo, 2016*, tuvo como objetivo general: Diseñar un modelo de gestión estratégica, que mejorará la Atención al Cliente de la Empresa Comercial La Feria Cia LTDA. La metodología utilizada fue de tipo

descriptivo, investigación de campo, se utilizó la técnica de la observación, encuesta y como instrumento el cuestionario, estructurado por 10 preguntas, se obtuvo los siguientes resultados: el 42% de los encuestados indica que realiza sus compras quincenalmente, el 56% de los encuestados califican la atención como regular, el 58% de los encuestados confirman que existe variedad en los productos que ofrece el comercial, el 56% de los encuestados manifiestan que los productos están bien organizados y de fácil acceso, el 58% de los encuestados afirman que Comercial La Feria no cuenta con el personal necesario para la atención al cliente, el 100% de los encuestados confirmaron que no han observado la misión, visión ni valores de la empresa, el 79% de los encuestados consideran que la ubicación del Comercial es estratégica, el 65% de los encuestados indican que el espacio físico de Comercial la Feria no es el adecuado para la oferta del producto, el 71% de los encuestados necesitan otras alternativas de pago, dato confirmado por la mayoría de los clientes, el 71% de los encuestados no recomendarían Comercial La Feria, haciendo mucho énfasis en la atención al cliente. Llegando a la siguiente conclusión: que, a través de la implementación de métodos, técnicas e instrumentos de la investigación, permitió realizar un análisis interno y externo de la organización, donde se pudieron identificar las causas que no están permitiendo el desarrollo organizacional de la compañía para lo cual se definen estrategias que permitirán alcanzar los objetivos de la empresariales de Comercial LaFeria. Se propone el modelo de Gestión Estratégica, el mismo que con el desarrollo de acciones permitirá a la organización mejorar en falencias

como: establecer una Estructura Orgánica Funcional con sus respectivos manuales de funciones y procesos que le permitan a los clientes internos conocer cada una de sus responsabilidades y jerarquías de acuerdo al área que correspondan; reestructurar la capacidad instalada en exhibición de los productos lo que ayudará a brindar un mejor servicio a los clientes.

Guzmán (2020) en su trabajo de investigación *Estrategia para mejorar la atención al cliente del Centro Ferretero Megacumbas Matriz de la ciudad de Puyo*. La investigación tuvo como objetivo general: Diseñar estrategias administrativas que permita mejorar la atención al cliente del Centro Ferretero Megacumbas matriz de la ciudad de Puyo. La metodología es de tipo exploratoria – descriptiva. Para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una población y muestra de 95 clientes. La técnica que se utilizó para recolectar información es la encuesta y el instrumento fue el cuestionario estructurado de 10 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados: El 63% manifiestan que la atención al cliente es regular, el 58% indican que solo se han capacitado, el 73% mencionaron que tienen que esperar mucho para ser atendido, el 64% manifiestan que es regular el área de exposición de mercadería y atención al cliente, el 83% no resuelve los reclamos emitidos por los clientes, el 53% manifiesta que brindar una atención de calidad ayuda al crecimiento de la empresa, 80% indican que no se sienten motivados, el 75% manifiestan que no cuentan con una base de datos, el 65% respondieron que la publicidad por internet sería la mejor difundida, el 65% mencionaron que a

pesar de ser clientes frecuentes no reciben ningún tipo de beneficios, promociones. Llegando a la siguiente conclusión: que se determinó que el centro ferretero carece de un direccionamiento estratégico y de una estructura organizacional ocasionando que los empleados de la empresa desconozcan de la cadena de mando, se comprobó que en centro ferretero carecía de publicidad adecuada para promocionarse como empresa, generando que la población desconozca de los productos que el centro ferretero ofrece.

Cárdenas y Yessid (2019) en su trabajo de investigación *Formulación de Acciones de Mejora del Servicio de Atención al Cliente aplicando las normas ISO 9001 y el modelo Serviqual del Banco Comercial, sede Bogotá*. Tuvo como objetivo general: Formulación de acciones de mejora en el área de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001 y modelo Serviqual en el banco Comercial sede Bogotá, que garantice una excelente calidad del servicio y un correcto manejo ambiental en el área de atención al cliente Call Center para el bienestar de los usuarios de la entidad financiera. La investigación tuvo de metodología de tipo cuantitativo con el nivel de investigación descriptivo, la muestra estuvo compuesta de 100 usuarios del Banco Continental de Colombia-sede Bogotá. Las técnicas de recolección de datos utilizada la encuesta, con el instrumento de cuestionario, estructurado de 10 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: que el 100% considera que el trabajo en equipo es un factor importante en las organizaciones, por ello, el Banco Comercial, lo ha demostrado contando con sedes a nivel nacional, el 70%

manifiestan que sería un desafío para el servicio de atención al cliente, mejorar sus procesos, el 60 % manifiestan que tienen compromiso, el 80% muestran responsabilidad y humanización con las empresas, el 78% manifiestan tener un gran potencial de apoyo para la prestación de servicios digitales; de la misma forma, el 45% manifiestan que para tener un buen Servicio al cliente deben aplicar estrategias, el 60% manifiestan que tiene capacidad de respuesta inmediata, el 71% manifiestan que tiene seguridad y empatía, según alcance y metodología Servqual. Llegando a la siguiente conclusión: que proyectarse en temas de satisfacción al cliente, nos permite lograr niveles avanzados de productividad. Se requiere que los colaboradores del servicio de atención al usuario, cooperen, compartan de una manera sinérgica para lograr contribuir a los intereses internos y externos de la comunidad educativa.

Antecedentes Nacionales

Variable 1: Gestión de Calidad

Álvarez (2020) en su investigación *Caracterización de la Capacitación para la Gestión de la Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro construcción Latinos Constructores E.I.R.L, Cañete-2019*. La investigación tuvo como objetivo general: Identificar las características de la capacitación para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro construcción caso Latinos constructores E.I.R.L Cañete-2019, La investigación fue de tipo cuantitativa de nivel descriptivo, el diseño no experimental-transversal, la población fue indeterminada

conformada por todos las MYPES del sector servicio, rubro construcción, y como muestra fueron los trabajadores de la empresa, que está conformada por 10 trabajadores entre directivos y personal administrativo. La técnica que se utilizó fue la encuesta, para la recolección de datos se utilizó el cuestionario, estructurado en 10 preguntas relacionadas a la variable capacitación para la gestión de la calidad que fueron aplicadas a los trabajadores, gerente, administrador y personal administrativo. Obteniéndose los siguientes resultados con respecto a la pregunta ¿Reciben capacitación? Se observó que al 100% de encuestados, El 60% de los trabajadores da respuesta que casi siempre reciben capacitación y un 40 % indica que siempre recibe capacitación., con respecto a la pregunta si ¿prefieren recibir capacitación externa? Los resultados fueron que, del 100% de encuestados, el 40% indica que a veces prefiere recibir capacitación externa, otro 40% casi siempre y 20. Se concluyó que las características de la capacitación, los trabajadores de Latinos Constructores E.I.R.L si reciben capacitación, dichas respuestas obtenidas muestran el interés por parte del gerente hacia sus colaboradores por mantenerlos capacitados en dirección a un mejor desarrollo profesional. Asimismo, al ser más de la mitad de encuestados manifestaron que si recibieron capacitación por inducción, se deduce que reciben ciertas pautas, recomendación entre políticas de trabajo para que el colaborador cuente con una visión más amplia y adecuada de sus funciones.

Barreto (2018) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo las Normas ISO 9001 en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio - Rubro Restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz*, presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Filial Huaraz, la investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015. La metodología aplicada fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y diseño no experimental transversal, pues se recolectaron datos en un solo momento y en un tiempo único. Para el estudio se tomó una población de 30 restaurantes (pollerías), clasificadas dentro de las Mypes. Entre algunos de los resultados fueron que el 54,0% de encuestados son del sexo masculino, el 98,1% de las MYPES su finalidad es obtener ganancias y el 72,5% de los gerentes carecen de sistemas correctivas en las micro y pequeñas empresas. Como conclusión se obtuvo que son pocos los gerentes que presentan deficiencia en la gestión de la calidad, tales como, la política de calidad, personal poco capacitado y equipos no modernos, también en la mayoría de dichas Mypes están dirigidas por personas de 41 a 50 años, del sexo masculino con estudios superior incompleto.

Panduro (2019) en su tesis *Gestión de Calidad y eficacia de los procesos administrativos en las Mypes del sector servicio, rubro Hoteles Ecológicos, Región Ucayali, año 2019*, Tesis para optar el título profesional de Licenciado

en administración. El presente proyecto de investigación tuvo como objetivo general determinar si las Mypes del sector servicio, rubro hoteles ecológicos, Región Ucayali año 2019, Mypes de Hoteles Ecológicos, tiene que ver con el control de calidad y la efectividad del proceso de gestión para asegurar su presencia en el mercado general, tiene que ver con la efectividad del proceso de gestión para lograr el control de calidad y posicionamiento en el mercado. La metodología es de naturaleza mixta y nivel descriptivo; El diseño del estudio no fue experimental, transversal y descriptivo. Se examinaron 7 Mypes del sector y se tomó el 100% de las muestras. La herramienta aquí fue un cuestionario que constaba de 18 preguntas dirigidos a las Mypes de los hoteles ecológicos. El autor arribó a las conclusiones siguientes: En cuanto a los datos generales del sector servicios, los hoteles ecológicos, los pequeños emprendedores de la Región de Ucayali son hombres y tienen una edad media (40 a 49 años) para liderar la organización. Con respecto a la gestión de calidad, están posesionados más de 6 años en el mercado. Al implementar un sistema de gestión de calidad generara mayor eficiencia, mejora en la gestión de procesos, satisfacción al visitante y un buen clima laboral. Con respecto a los procesos administrativos, las microempresas cumplen a cabalidad una planeación haciéndolo factible y permanente en el mercado. El papel principal 16 del proceso de gestión es resolver los problemas que surgen de la gestión para conseguir visitantes satisfechos. Esto conducirá a una mayor rentabilidad y éxito.

Rosales (2019) en su tesis *La Capacitación al Personal como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Hoteles, distrito de Huaraz, 2019*. Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración. La investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de la capacitación al personal como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Distrito de Huaraz, 2019. El diseño de investigación fue no experimental-transversal descriptivo con enfoque cuantitativo, con una población conformada por 15 MyPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas por medio de la encuesta, se obtuvo los siguientes resultados: El 53.33% de representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, el 60% son de género masculino, el 60% tienen estudio superior universitario, el 66.67% de las MyPE tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 86.67% conocen que la capacitación al personal es un factor importante para una adecuada gestión de calidad, el 66.67% aplican la capacitación como técnica moderna de gestión de calidad, el 46.67% aseguran que la falta de compromiso de los representantes impide una correcta implementación de gestión de calidad, el 66.67% solo a veces realizan diagnóstico previo de las necesidades del personal, el 40% muy pocas realizan programa de capacitación, el 40% mencionan que solo una vez al año reciben capacitación. Finalmente, se concluyó, los representantes encuestados aseguran que la falta de compromiso e interés de los dueños, impide la implementación de una adecuada gestión de calidad en los servicios, además

muy pocas veces realizan diagnóstico previo para capacitar y solo una vez al año reciben capacitación, disminuyendo rentabilidad de la empresa.

Variable 2: Atención al Cliente

Calla (2019) en su tesis *Gestión de Calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro cafeterías de la ciudad Juliaca- 2019*. Tesis para optar el título profesional del licenciado en Administración tuvo como objetivo general describir la calidad en la atención al cliente de las MYPE rubro cafeterías de la ciudad de Juliaca- 2019. El método y el tipo de investigación fue descriptivo, nivel descriptivo, diseño es no experimental de tipo transversal, para la investigación la muestra fue de 40 trabajadores de las 5 cafeterías formales de la ciudad de Juliaca, la técnica que se utilizó fue encuesta, como instrumento el cuestionario el cual contiene 30 preguntas. Los resultados : El 52.5% de trabajadores mencionan que la gestión de calidad es regular, sin embargo en las dimensiones el 50% de trabajadores afirman que es regular el mejoramiento continuo de la calidad del producto y servicios, también existe un 52.5% de trabajadores que indica que es regular su control de riesgo, un 57.5% de trabajadores indican que la productividad y eficacia es regular, así mismo indicar que un 57.5% de trabajadores indican que sus expectativas de cliente a empresario es de manera regular, mientras tanto el 50% de trabajadores afirman que el cumplimiento de los objetivos es regular. La conclusión es la siguiente: La gestión de la calidad es regular en la atención

al cliente de las MYPE del sector servicio rubro cafeterías de la ciudad Juliaca.

Palabras clave: Gestión, calidad, atención, cliente, MYPE.

Arévalo (2020) en su tesis *Propuesta de mejora en la Atención al Cliente como factor relevante para la gestión de calidad en la mype sector servicio, rubro Transporte Interregional, distrito Huánuco, 2020*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Tuvo como objetivo general: Proponer las mejoras de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en la mype sector servicio, rubro transporte interregional en el distrito de Huánuco, 2020. La metodología fue de tipo cuantitativo, de diseño no experimental y de corte transversal. La población estuvo conformada por 14 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro transporte interregional en el distrito de Huánuco. Se obtuvieron los siguientes resultados: Gestión de calidad: El 50% de las empresas en estudio mencionaron la prioridad de la dirección para la implementación de un sistema de gestión de calidad, En cuanto el 57% siempre realizan encuesta de satisfacción al cliente para medir el grado de calidad de entrega del producto. Atención al cliente: El 64% mencionaron que, si se encuentran satisfechos por el servicio brindado, además mencionan que es el servicio esperado por la empresa, mientras el 50% de las empresas que sus empleados se preocupan por los intereses de sus clientes y hace que estas empresas brinden un valor agregado a comparación de otras y el 64% de los empleados de las empresas se encuentran dispuestos siempre de ayudar a los clientes y ser parte de su

solución de ellos. Como conclusión de la investigación se elaboró una propuesta de mejora para la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad.

Cruz (2022) en su tesis denominado *Propuesta de mejora de Atención al Cliente y Gestión de Calidad en la pequeña empresa Cebichería Mar y Luna, distrito de Chimbote, 2021*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración tiene como objetivo: Determinar si la mejora de la atención al cliente y gestión de calidad permite un óptimo funcionamiento en la pequeña empresa cubichería Mar y Luna, distrito de Chimbote, 2021. El diseño fue no experimental-trasversal-descriptivo y de propuesta, la muestra estuvo conformado por 8 trabajadores de la empresa en estudio y para la variable atención al cliente se tomó una muestra de 81 clientes y para la gestión de calidad se tomó una muestra de 8 trabajadores, se utilizó la técnica de la encuesta y su instrumento un cuestionario de 25 ítems en escala Likert. Resultados: el 66.67% casi siempre consideran que se resuelven sus dudas lo más pronto posible, el 67.90% siempre consideran que se brinda información oportuna sobre los servicios, el 82.72% siempre recibe opiniones de terceras personas para consumir en la empresa, el 75.00% rara vez conoce las políticas, misión y visión de la empresa, el 100.00% nunca son tomados en cuenta en un plan para crear medidas correctivas, el 100.00% consideran que casi siempre los procesos de atención son eficientes. Se concluye que: La empresa no cuenta un plan de medidas correctivas, que permitan proveer detalles sobre las respuestas específicas a los problemas encontrados asegurando que los

trabajadores siempre estén protegidos, y que haya mecanismos establecidos para responder a las dudas o quejas del cliente), por este motivo en ocasiones no se brinda un óptimo servicio al cliente.

Antecedentes Regionales

Variable 1: Gestión de Calidad

López (2019) en su investigación *Caracterización de la Gestión Calidad y Liderazgo en las Mypes rubro-Restaurantes Turísticos en el Distrito de Suyo 2017*, estableció como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y liderazgo en las Mypes rubro-restaurante turístico en el Distrito Suyo 2017. La metodología de la investigación fue de diseño no experimental - transversal - descriptivo. Para el recojo de información se trabajó con una población muestral de 12trabajadores y 68 clientes, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario de 39 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a la variable de gestión de calidad: El 85.7% manifiesta que se demuestra interés por conocer los gustos y necesidades del cliente, el 71.43% orienta a los clientes en su compra, el 71.43% permiten la participación del personal, el 85.71% afirman que el personal participa activamente en el planteamiento de nuevas medidas que signifiquen toma de decisiones, el 71.43% se considera experto y está dispuesto a enseñar a los trabajadores, el 71.43 tienen plenamente identificados los procesos dentro de la empresa, el 71.43% entienden que todos los procesos son parte de un sistema en lo que respecta a

la gestión de calidad, el 57.14% aplica métodos que significan mejora continua para la empresa, el 57.14% afirma que antes de la toma de decisiones solicitan informes a las áreas comprometidas, el 85.7% tienen un trato formal con los proveedores para que lo tengan como un cliente exclusivo, el 85.71% afirman que los clientes quedan satisfechos cuando se les demuestra preocupación por ellos, el 100% consideran que es importante que el gerente o dueño de la empresa deba ejercer una dirección de trabajo en equipo, el 85.71% perciben que el empleado que está tomado en cuenta en la toma de decisiones, el 85.7% consideran que las ideas de sus empleados merecen ser valoradas para la toma de decisiones, el 85.7% responde que mediante la gestión de calidad se garantiza el buen producto, el 71.43% consideran que la imagen de una empresa depende mucho de la buena gestión que se realiza, el 71.4% consideran que el nivel de ventas depende mucho de las acciones de gestión de calidad. El 57.14% señalan que mediante la gestión de calidad se disminuyen costos innecesarios, el 71.43% considera que con la gestión de calidad se evita el desarrollo de actividades en el desorden, el 71.43% indican que con la gestión de calidad se hace más fácil evaluar el desempeño de las diferentes áreas de la empresa, el 85.7% indican que mantienen una conversación permanente con los trabajadores para tratar temas relacionados al rendimiento de la empresa, el 85.7% perciben que los clientes valoran la calidad del servicio, el 71.43% antes de asignar una tarea a sus trabajadores les explica que es parte de los objetivos de la empresa, el 100% considera que cuenta con estándares de calidad. Respecto a la variable de liderazgo: El 85.71% distribuye el trabajo

de acuerdo a las habilidades de los trabajadores, el 71.43% organizan sus actividades y las de su equipo para la correcta realización de operaciones cotidianas en la empresa, el 85.7% asumen responsabilidades de sus trabajadores ante los clientes, el 71.43% nunca ha dado marcha atrás a las decisiones a tomarse en cuenta, al 100% le resulta fácil adaptarse a nuevos planes en caso no resulte el que preparó, el 85.71% mantiene lazos de amistad con sus trabajadores, el 100% responde que frente a un tiempo de crisis de inmediato ponen en marcha un plan adicional a los que ya se tienen, el 71.43% consideran que actuando como líderes les permite que sus trabajadores manifiesten sin temor a sus opiniones, el 85.7% consideran que la función de un líder en la empresa permite alcanzar más rápido los objetivos planteados, el 85.7% consideran que el liderazgo permite asegurar el rumbo de la empresa, el 85.71% son conscientes que al ejercer el rol de líder se convierten en el principal referente de su equipo, el 100% consideran que al trabajar bajo un liderazgo las actividades se realizan en menos tiempo, el 100% consideran la presencia de un líder en la empresa es necesaria para que exista el orden, el 100% consideran que con el liderazgo se crea un ambiente de sana convivencia. Se concluyó que, se identificaron las características de la gestión de calidad y del liderazgo en el desarrollo de las actividades en los restaurantes turísticos del Distrito de Suyo. Asimismo, se goza de los beneficios que dejan ambas variables.

Sánchez (2019) en su tesis *Gestión de calidad y clima organizacional en las MYPE rubro Restaurantes, Centro de Vice, Sechura, 2019*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. La investigación tuvo como objetivo general: determinar las características de la gestión de 15 calidad y el clima organizacional en las MYPE rubro restaurantes, centro de Vice, Sechura, 2019. Se empleó la metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal, como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Las MYPE investigadas fueron 4, para la variable gestión de calidad la población fue finita y se tomó como muestra a 4 gerentes, además, para el indicador satisfacción del cliente, se constituyó una muestra de 26 clientes, así mismo, para la variable clima organizacional, la población trabajadores fue finita y la muestra estuvo conformada por 19 trabajadores. Se aplicó 3 cuestionarios que suman un total de 28 preguntas, cerradas nominales. Los principales resultados sobre gestión de calidad, respecto a los clientes, los beneficios son: productos de calidad, buena sazón y una buena atención. En cuanto a los propietarios, el 75% identifica los errores presentados durante el desarrollo de las actividades, y proporcionan soluciones óptimas a los clientes, además, que el 100% de los propietarios brindan las pautas respectivas para la preparación de cada comida. Respecto al clima organizacional, se obtuvo que el 89.47% indica que hay participación en las reuniones realizadas por su jefe para resolver cualquier desacuerdo o problema que surja dentro del restaurante. Finalmente, se obtuvo

que el 100% de los empleados encuestados considera que hay espacio adecuado y necesario para llevar a cabo sus actividades.

Balcázar (2019) en la tesis *Características de la Gestión de Calidad y atención al cliente, en Cetpro La Católica, en el distrito de Sullana, año 2019*. Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración. La investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente, en CETPRO La Católica, en el distrito de Sullana, año 2019. Se empleó la metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal, La población se consideró finita, la cual se encontraba conformada por una muestra de 92 alumnos de CETPRO La Católica, se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Se obtuvieron los siguientes resultados, respecto a la Gestión de Calidad, el 55.4% afirman que siempre CETPRO La Católica posee un personal eficaz para el desarrollo de las necesidades de los estudiantes; el 45.7% afirman que siempre CETPRO La Católica aplica satisfactoriamente el grado de enseñanza. En cuanto a Atención al Cliente, el 56.5% afirman que siempre en CETPRO La Católica se percibe una comunicación entendible y honesta; el 41.3% afirman que CETPRO La Católica aumenta su habilidad para resolver los reclamos de manera responsable. Se concluyó en CETPRO La Católica, en el distrito de Sullana, se llegaron a identificar los elementos de gestión de calidad, ya que, en su mayoría, siempre poseen de un personal eficaz para el desarrollo de las

necesidades de los estudiantes, ya sea en personal docente y administrativo; brindando de esta manera un servicio educativo de calidad para los alumnos. Además, CETPRO La Católica siempre realizan acciones para mejorar el aspecto educativo, ya que emplean procedimientos detallados, de tal manera que se esmeran por tener una disposición organizacional de manera óptima.

Variable 2: Atención al Cliente

Cunyarache (2018) en su tesis *Caracterización de Capacitación y Atención al Cliente en las mype comercializadoras de productos textiles-centro de Piura, 2018*. Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración. La investigación tuvo como objetivo general: Identificar las características de la Capacitación y Atención al cliente en las MYPE Comercializadoras de Productos Textiles- Centro de Piura, 2018. Se utilizó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal, para el recojo de información se consideró dos poblaciones: La primera conformada por 33 trabajadores y la segunda conformada por 384 clientes. En cuanto a la encuesta aplicada a los trabajadores se obtuvieron los siguientes datos, un 94% respondió que ha recibido capacitación inicial en su trabajo, un 82% manifiesta que ha recibido incentivos por su desempeño, un 100% afirma que se siente comprometido con el alcance de metas, además de un 94% considera brindar un servicio de calidad, así mismo en la encuesta aplicada a los clientes se obtuvo que un 91% considera que se siente satisfecho con los productos que ofrecen las MYPE, un 76% considera que compra productos de

calidad, un 93% manifiesta que las MYPE ofrecen precios adecuados y un 59% considera que el personal de las MYPE ofrecen buena atención hacia el cliente. Se llegó a la conclusión respecto a la importancia de la capacitación en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, se determinó que son muy importantes, por que ha permitido a los trabajadores, brindar una buena atención a los clientes, conocer el producto que venden, desempeñarse correctamente en sus funciones diarias, adquirir habilidades en su puesto de trabajo, adquirir conocimientos acerca de las ventas; la cual ha permitido la mejora de la productividad de la MYPE.

Quinde (2018) en su tesis *Caracterización de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes*, 2018. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración 2018; Tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018, la metodología que se utilizó fue de tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, y mediante la utilización de la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos para una población de 68 clientes 07 propietarios de las MyPes dedicadas al rubro hospedajes. En la encuesta aplicada se obtuvieron los siguientes datos respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 100% (68) manifestó que las informaciones brindadas en las redes sociales son comprensibles. El 72.06%

(49) manifiesta que la empresa utiliza publicidad televisiva 27.94% (19) manifiestan que la empresa no utiliza publicidad televisiva. el 4.41% (3) manifiesta que el personal comunica la información adecuada al momento de la venta y el 95.59%, (65) manifiestan que el personal no comunica la información adecuada al momento de la venta. El 4.41% (3) manifiesta que el personal ofrece las características óptimas de los productos y el 95.59% (65) manifiestan que el personal no ofrece las características óptimas de los productos. Se concluyó que la empresa utiliza generalmente, para financiar necesidades específicas en un momento determinado, además concluyo que el personal muestra cordialidad en la atención, además concluyo que el personal se compromete con orientar al cliente.

Broncano (2019) en su tesis *Gestión de calidad y Atención al cliente de las mype rubro Hospedajes en la provincia de Ayabaca, año 2019*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. La investigación tuvo como objetivo general: Describir las características que tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE; Se se aplicó una metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, de diseño no experimental y corte transversal. La población quedó conformada por 03 MYPE del rubro hospedajes y la muestra fue de 384 clientes; la técnica de recolección de datos es la encuesta mediante el instrumento el cuestionario. Se obtuvieron los siguientes resultados el 100% de los propietarios manifiestan que siempre es indispensable revisar el estado en que reciben los materiales y suministros que

entregan sus proveedores, los propietarios manifiestan que el 100% de las áreas con las que dispone el hospedaje a veces se apoyan entre sí, se observa que el 58.9% de los clientes encuestados manifiestan que la información brindada por el personal del hospedaje visitado con respecto a los servicios del mismo es regular, se observa que el 69.3% de los clientes encuestados manifiestan que las políticas de atención por parte del personal son regulares, mientras el 12.5% manifiesta que estas políticas son deficientes. Se concluyó que el sistema de abastecimiento de calidad de las MYPE es óptimo por lo que hay una correcta inspección del estado de los materiales e insumos adquiridos a los proveedores; así mismo se cuenta con proveedores que responden a las especificaciones de calidad que demanda el hospedaje y que de la mano de un correcto control permite a la organización brindar un servicio orientado a la calidad.

Antecedentes Locales

Variable 1: Gestión de Calidad

Viera (2019) en su tesis *Características de la gestión de calidad y liderazgo en el restaurante el Patita del distrito de Sullana, año 2018*, planteó como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad y liderazgo en el restaurante El Patita del distrito de Sullana, año 2018. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, conformado de 24 preguntas cerradas, la población en la variable gestión de calidad es infinita y

la muestra fue 68 clientes, en cuanto a la variable liderazgo se trabajó con una población - muestra que consta de 12 personas entre ellos gerentes y colaboradores. Los resultados principales fueron: El 29% de los clientes consideró que casi siempre está de acuerdo que la empresa tiene al cliente como prioridad, el 29% consideró que siempre tiene conocimiento si el Restaurante El Patitae es líder en el mercado, el 37% consideró que el personal siempre se sienta motivado para ejercer su labor diaria dentro del establecimiento y cumplir con los objetivos, el 44% consideró que la calidad de los productos y servicios siempre son las adecuadas, el 32% consideró que la aplicación de sistema de calidad casi nunca permite mejorar la imagen del restaurante y lograr su reconocimiento por su excelente calidad en atención al cliente, el 38% consideró que siempre está de acuerdo que el restaurante viene mejorando sus productos y servicios por los sistemas implementados y refuerzan la confianza en la empresa y las relaciones existentes con ellos, el 37% consideró que el restaurante casi siempre hace partícipe a sus subordinados en la toma de decisiones y este está orientado a las metas, el 40% consideró que la empresa a veces tiene un acuerdo con los proveedores en sus negociaciones generando así la búsqueda continua de competir en el mercado con la finalidad de obtener beneficios, el 34% consideró que la empresa a veces posee una eficiente estructura organizacional que cumple con las expectativas de los clientes para ofrecer un servicio de calidad, el 40% consideró que el restaurante casi siempre cuenta con una planificación ya definida de actividades a realizar durante el día, el 29% consideró que la empresa a veces utiliza los

recursos necesarios para alcanzar los objetivos de calidad, el 26% consideró que el propietario casi nunca ejerce correctamente la aplicación del sistema de calidad para tener cero errores en el proceso de servicio que ofrece, el 37% consideró que la empresa siempre tiene los procedimientos documentados de manera organizada y atendiendo a las necesidades de productos y tiempos de elaboración de los alimentos, del mismo modo el 50% del personal encuestado consideró que siempre asume la responsabilidad en la toma de decisiones, dirigen las acciones y posee diversas características, el 75% consideró que el propietario siempre tiene claro y definido los logros y metas que pretenden alcanzar la empresa, el 50% consideró que siempre tiene un aprendizaje continuo por la capacitación y el trabajo en equipo con el personal de la empresa, el 75% consideró que siempre existe buena comunicación entre el propietario y los colaboradores de la empresa, el 67% consideró que el propietario siempre brinda motivación constante a los trabajadores, el 75% consideró que el propietario siempre brinda confianza y empatía con todo el personal de la empresa, el 50% consideró que el propietario siempre aumenta la creatividad y productividad de los empleados mediante incentivos, el 83% consideró que el liderazgo autocrático siempre le ha permitido el incremento de clientes para su empresa, el 58% consideró que el propietario siempre les invita a participar aportando ideas en la toma de decisión de la empresa, el 50% consideró que el propietario siempre se preocupa por brindar los refuerzos y recompensas respectivos para que los colaboradores cumplan con sus labores respectivos con eficiencia y eficacia, el 67% del personal afirma que el

propietario siempre tiene atributos de transformador lo cual impide que los colaboradores puedan mejorar los defectos que tengan y así puedan sumar a la empresa en sus labores que realicen. Se concluyó que, los principios de la gestión de calidad que se identifican es enfoque basado en procesos, mejora continua, participación del personal, liderazgo; mientras que, los factores del liderazgo son ofrecer impulso a las empresas, capacidad de comunicación, confianza y empatía, motivación e ilusión, seguridad y autoconfianza.

Cortez (2020) en su tesis *Caracterización de la Gestión de Calidad y Logística inversa en las mype rubro Zapaterías del Centro de Piura, año 2020*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. La investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y logística inversa en las MYPE rubro zapaterías del centro de Piura, año 2020, se empleó la metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativa, diseño no experimental y corte transversal. La población fue de 3 MYPE rubro zapaterías ubicadas en el centro de Piura, en la Av. Tacna. Dedicadas a la comercialización de calzado. La muestra estuvo compuesta por 385 clientes de las zapaterías del centro de Piura, Av. Tacna, la técnica que se utilizó fue la encuesta, el instrumento un cuestionario de 10 preguntas. Los resultados fueron el 88% de los clientes manifiestan que el producto si satisface su necesidad, mientras que el 12% manifestó lo contrario, se observó que el 85% de los clientes manifiestan que el producto si cumple sus expectativas, mientras que el 15% no lo consideran. El 90% de los clientes manifiestan que,

si son clientes frecuentes, mientras que el 10% compran por primera vez. También se observó que el 95% de los clientes manifiestan que el producto adquirido si presenta materiales óptimos de fabricación, mientras que el 5% manifiesta lo contrario. El 90% de los clientes manifiestan que el producto adquirido cumple con los requisitos básicos de calidad, mientras que tan solo el 10% manifiestan que no los cumplen. Se concluyó que las características de la gestión de calidad y logística inversa, consideran que las MYPE a través de sus productos logran cumplir las expectativas del cliente por sus productos de calidad adaptados a las necesidades del clientes; según la logística inversa, presentan clasificación y organización estructurada de los productos, pero deja en evidencia la ausencia de cultura del reciclaje para su reaprovechamiento y comercialización, solo enfocadas en la reutilización de inventarios estacionales.

Reymundo (2018) en su estudio *Gestión de calidad y atención al cliente en la cevichería Ingrid, distrito de Sullana, año 2018*, tuvo como objetivo general: Determinar la gestión de calidad y atención al cliente en la cevichería Ingrid, distrito de Sullana, año 2018. La investigación empleó una metodología de diseño no experimental - transversal - descriptiva. Para la recolección de datos en la variable gestión de calidad se utilizó una población - muestra compuesta por 10 colaboradores, en cuanto a la variable atención al cliente se trabajó con una población infinita y una muestra de 68 clientes, a quienes se les aplicó un cuestionario para cada variable de 10 preguntas mediante la técnica de la

encuesta. Los resultados obtenidos fueron: El 40% de colaboradores de la cevichería Ingrid tiene estudios secundarios, el 60% afirma que la empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en relación con el producto y servicio que ofrecen, el 60% afirma que la empresa establece sus objetivos empresariales acorde con la calidad de gestión de la empresa, el 60% afirma que la empresa tiene mecanismos para conocer las tendencias actuales del mercado, el 60% afirma que la empresa cuenta con un organigrama y un manual de organización y funciones establecido y actualizado, el 60% afirma que existe una persona que controla la calidad en la empresa, el 60% afirma que se hacen reuniones de equipo y verificar que el servicio brindado por la cevichería Ingrid cubre todas sus expectativas y necesidades del cliente en base a la calidad, el 60% afirma que se comunican frecuentemente con el área de recursos humanos, el 60% señala que se les capacita, el 60% afirma que no se considera la estrategia de captar clientes con descuento, de igual forma el 53% de los clientes considera que siempre la información que se le ofrece en la empresa es confiable y segura, el 74% manifestó que siempre el personal de la empresa es amable y bien educado, el 65% manifestó que siempre el personal siempre está dispuesto atenderlo, el 68% manifestó que siempre ha visualizado que los equipos e instalaciones del restaurante se mantienen en buenas condiciones, el 43% manifestó que siempre el personal de la empresa le ofrece ayuda para la solución de sus problemas, 43% manifestó que considera que siempre la empresa comprende sus necesidades y se adecua a ellas, el 74% manifestó que siempre se le ofrece aquello que desea recibir, el

81% manifestó que el servicio que se le ofrece es eficaz, el 57% manifestó que siempre la entrega del producto o servicio es rápida, el 87% manifestó que nunca se le ha realizado alguna encuesta para conocer su satisfacción. Se concluye que, la cevichería cuenta con gran parte de herramientas de la gestión de calidad y toman en cuenta los aspectos básicos necesarios para una atención de calidad, yendo de la mano con las fases necesarias que contribuyen a la mejora de atención de sus clientes.

Variable 2: Atención al Cliente

Pozo (2020) en la tesis *Competitividad y atención al cliente de las mype rubro restaurantes Urb. Santa Isabel Piura - Piura, año 2019*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. La investigación tuvo como objetivo general: Identificar qué características tiene la competitividad y la atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de la urb. Santa Isabel - Piura, año 2019. La metodología aplicada fue de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Las MYPE en investigación fueron 4, cuya población fue finita para la variable Competitividad la cual está conformada por 4 propietarios y 36 trabajadores; mientras que para la variable Atención al cliente, la población fue infinita y se tuvo como muestra un total de 167 clientes. Para recolectar los datos, se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual estuvo conformado por preguntas cerradas, validadas por expertos y con el fin de obtener información precisa acerca de las variables en estudio. Los

resultados en cuanto a la variable competitividad, se obtuvo que el 100% de encuestados indican que un elemento principal en la competitividad es la adaptación del restaurante a los cambios del mercado, por otro lado, el 100% de encuestados menciona que implementar una estrategia de liderazgo en costos le permite al restaurante poder tener un precio competitivo y ganar clientela. De acuerdo a la variable atención al cliente, el 100% de los encuestados opinan que el entorno es un elemento primordial en la atención al cliente, así mismo el 98% de encuestados opina la atención que le brinda el restaurante si es adecuada. Se llegó a la conclusión donde los elementos de la competitividad que emplean en las MYPE son la adaptabilidad, por lo que estas pueden adaptarse rápidamente a los cambios que surgen constantemente en el mercado, la innovación por lo que innovan constantemente y ofrecen gran variedad en sus platillos y la mejora continua donde implementan tecnologías constantemente para mejorar el proceso de elaboración de sus productos. Por ello los microempresarios deben estar a la vanguardia de constantes mejoras, de implementar nuevas tendencias en la presentación de sus platillos.

Ramos (2020) en su tesis *Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las mype rubro Pollerías del distrito la Arena Piura, año 2020*. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. Cuyo objetivo general fue: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de La Arena de Piura, año 2020. Se empleó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no

experimental, de corte transversal, utilizando la técnica de la encuesta, instrumento: cuestionario en escala nominal para la variable gestión de calidad y atención al cliente. Se determinó que los propietarios de las MYPE en su mayor parte son mujeres de edades entre 25 a 40 años, que han formado empresas unipersonales en el rubro pollerías y los negocios tienen menos de 10 años. Se aplicó una encuesta, obteniendo como resultados que el 100% de los trabajadores mostraron empeño por brindar un buen servicio, así mismo el 100% de los trabajadores manifestaron que no consideran sus observaciones o comentarios para mejorar el servicio. En cuanto a los propietarios se observó que el 100% no utiliza un sistema para obtener mejores resultados y brindar un mejor servicio al cliente. Los propietarios no cuentan con un plan estratégico que los encamine a cumplir las metas. Por otra parte, el 96% de los clientes no considera que las MYPE cumple con sus expectativas y necesidades, además, el 94% de los clientes encuestados no consideró favorable el ambiente. Se concluyó en los principios de gestión de calidad se identificó el comportamiento de las personas dado que los trabajadores muestran empeño por brindar un buen servicio a los clientes; siguiendo el enfoque a procesos de mejora donde los trabajadores trabajan en equipo. Se recomendó fortalecer con un programa de capacitación donde se informe los temas de trabajo en equipo, toma de decisiones y liderazgo.

Vílchez (2019) en su investigación *Características de la calidad de servicio y atención al cliente en el Consultorio Integral Virgen del Cobre, distrito de*

Ignacio Escudero, año 2018. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Cuyo objetivo general fue: Determinar las características de la calidad de servicio y atención al cliente en el Consultorio Integral Virgen del Cobre, distrito de Ignacio Escudero, año 2018. El diseño de la investigación fue no experimental, tipo descriptivo – transversal – cuantitativo. La población estuvo conformada por los pacientes del consultorio, la muestra fue 68, a quienes se les aplicó un cuestionario mediante técnica de la encuesta. Los principales resultados de la calidad de servicio fueron: El 79.4% indicó que siempre el doctor brinda el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas, el 70.6% señaló que siempre el doctor muestra interés en solucionar y mejorar el problema. Respecto a la atención al cliente: El 72.1% señala que siempre en las instalaciones del consultorio se refleja una buena higiene y comodidad, el 61.8% señaló que siempre el personal se preocupa por conocer sus necesidades. Se llegó a las siguientes conclusiones: Como seguridad siempre el personal es amable por el tiempo necesario que brinda para contestar dudas o preguntas; el doctor inspira confianza; como empatía muestra interés en solucionar el problema de salud, su explicación sobre los tratamientos es comprendida por los pacientes; el consultorio siempre refleja buena higiene y comodidad que le permite tener un ambiente de confianza; la atención brindada por todo el personal del consultorio es profesional.

2.2. Bases teóricas

Variable 1: Gestión de Calidad

La Gestión de Calidad es una herramienta la cual permite optimizar los procesos de planeación, control y aseguramiento de todas aquellas empresas que compiten en el mercado. De esta manera tener un mayor control de los procesos, productos o servicios que brindan con el único objetivo de distinguir qué áreas necesitan mejoras y mantenerse en competencia. (Hernández & Martínez, 2018)

Según Pérez (2020) se determina como un modelo enfocado en los procesos de la organización, cuya intención principal es mejorar los procesos de algún bien o servicio. También tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes de esta manera generará más rentabilidad a la empresa.

Se puede entender por Gestión de calidad al acumulado de tareas y herramientas que tiene como objetivo general impedir los errores que se comenten no solo en los procesos de los productos sino también en los servicios obtenidos, asimismo la gerencia busca garantizar la calidad, lo que genera que se obtengan buenos servicios o productos; de esta manera los consumidores estén satisfechos. (Escuela Europea de Excelencia, 2019).

Toda empresa tiene que contar con un plan de Gestión de Calidad ya que es una herramienta fundamental que ayudará a la continuidad del negocio. De

esta manera se tendrá controlado los procesos de la organización evitando posibles errores, asegurando mejoras internas y una mayor satisfacción en el cumplimiento de las expectativas del público.

Principios de la Gestión de Calidad: Para Gambarro (2019) los principios tienen como fin dirigir y orientar a la organización para el cumplimiento eficiente de los objetivos trazados. Se detallan los principios: 1. El cliente: entender sus necesidades, es la clave para cumplir con sus expectativas para de esta manera fidelizarlo, 2. El liderazgo: he aquí la importancia de un buen líder saber guiar a su grupo de trabajo es esencial para un buen el clima laboral y conseguir los objetivos planteados de la empresa. 3.La participación del personal: la motivación de los colaboradores juega un papel muy importante dentro de la organización, genera un mejor desempeño en sus tareas, se sentirán más comprometidos con la empresa, 4. Enfoque basado en procesos: supervisar las distintas áreas de trabajo ayudará a realizar los procesos correctos. Guiándose del manual de procesos por eso es importante que la empresa cuente con uno, 5. Enfoque de sistemas para la gestión: llevar a la práctica los procedimientos determinados generará una mayor interacción entre cada elemento del sistema de Gestión de Calidad, 6. La mejora continua: la estimación constante de la mejora de Gestión de Calidad, permitirá mejorar los procesos, productos y servicios de esta manera se detectará los errores por áreas, 7.El enfoque basado en hechos para la toma de decisiones: este principio lleva a la toma de decisiones referente al desempeño de la organización, 8.La

relación con los proveedores: es significativo tener una relación afectuosa con los proveedores así se mantiene alianzas estratégicas, para conseguir alguna rebaja en cuanto a los precios.

Es de suma importancia que la empresa conozca estos principios de Gestión de Calidad, generará una óptima dirección en cuanto a los procesos de producción evitando errores a futuro.

Dimensión 1

Optimizar

Cuando se habla de la optimización tiene como fin corregir el resultado, en lo que realizamos, por ende, la optimización de los procesos y recursos trata de constituir tareas de mejora para la elaboración del producto o servicio. Este plan siempre estará enfocado en la investigación de dicho producto o servicio que se le ofrece al cliente. Con esto se pretende satisfacer completamente las necesidades de los consumidores. Se hace referencia a elementos que aportan un valor a la empresa. (Botella, 2019)

Se define a la optimización a la acción de aplicar una actividad lo más eficientemente, con los pocos recursos y en el mínimo tiempo posible, obteniendo o buscando mejores resultados. Identificando los puntos débiles dándoles soluciones así las empresas se mantendrán en competencia en este mundo globalizado. (Westreicher, 2020)

Para Guerra (2020) es la acción de averiguar la mejor forma de realizar algo, lo que representa averiguar cuáles son los mejores resultados, mayor eficiencia o mejor eficacia en el desempeño ya sea en los procesos o en el trabajo cumpliendo los objetivos establecidos. A esto se le llama optimización de los recursos. La optimización de los procesos nos ayudara a tener una mejora en el servicio o producto brindado, disminuyendo costos, maximizando el rendimiento de la productividad y siendo más eficientes en todo sentido, cumplimiento objetivos y metas de la empresa lo que ayudara a mantenerse en competencia.

Indicadores

Eficiente: Se determina como los logros obtenidos en una empresa con escasos recursos, es decir mejor utilización de recursos para cumplir con los objetivos. Hoy en día la concepción de gestión de calidad eficiente ha cambiado, asimismo lo realizan las expectativas de calidad de los clientes, que ahora son dinámicas y todos los días crecen. La gestión de calidad eficiente se convierte en parte fundamental para la toma de decisiones en las organizaciones. Ya que no se admiten errores ni resolución tardía de problemas. (Kantan, 2020)

Gestión de calidad eficiente en 4 paso: Para Rojas (2020) existen 4 pasos importantes para que una gestión de calidad sea eficiente: 1. **Encender:** en este paso la organización empieza a asimilar las definiciones básicas de calidad. En este momento las industrias luchan contra desafíos que hay entre ellos; es decir

la falta de un sistema de gestión de calidad óptimo, 2. Acelerar: se determina la optimización de procesos e incorporando al sistema a todas las partes interesadas. La tecnología es un elemento clave en esta etapa, al afrontar los problemas que plantea la entrada manual de datos, la falta de tareas estandarizadas, la falta de visibilidad de los problemas y la incapacidad para registrar amenazas de calidad internas o externas, 3. Expandir: la consolidación de la cultura de calidad y de la mejora continua son los factores determinantes en esta etapa de la gestión de calidad eficiente. El principal problema puede ser una falta de visibilidad en el desempeño de calidad de los proveedores o las dificultades en la interacción con otros sistemas que podrían seguir operando de forma manual, como la gestión ambiental o de seguridad y salud en el trabajo. Las organizaciones hoy, en el siglo XXI, cuentan con herramientas para llevar la gestión de la calidad hasta un estadio superior caracterizado por la excelencia, 4. Transformar: Para que la empresa obtenga una Gestión de Calidad eficiente es necesario que este asociado al correcto uso de los recursos y procesos de mejora continua en el servicio o producto brindado, ya que de ello dependerá las decisiones de la organización.

Recursos

Consiste en todo aquellos perceptible e intangibles que posee una empresa, con el objetivo de lograr desarrollar su producto o servicio. Los recursos pueden ser de diferentes tipos como es: tecnológicos, físicos, financieros, logísticos de

conocimiento y el más importante el talento humano. Ya que sin personas una organización no puede funcionar así se hable de automatización siempre es necesario de personas que piensen, analicen y tomen decisiones. (Bustamante, 2019)

La organización debe definir y proporcionar los recursos necesarios para poder establecer, implementar, mantener y mejorar de un Sistema de Gestión de la Calidad.

Lo que la organización debe considerar según la Iso-9001-2015: Las capacidades y limitaciones de los recursos internos existentes, asimismo qué se necesita obtener de los proveedores externos. Los recursos hacen posible la realización de las actividades de Gestión de Calidad, evaluar y medir los recursos existentes, de esta manera será posible establecer que recursos son los adecuados para mejorar la gestión de calidad.

Tiempo

La gestión del tiempo, es la forma en que decidimos utilizar el tiempo que tenemos para maximizar nuestra productividad en el logro de ciertos objetivos a corto y a largo plazo. La mayor ventaja de gestionar el tiempo es la capacidad de establecer correctamente las prioridades de esta manera tendrás espacio para el descanso y cuidado de tu persona. (Martins, 2019)

Se determina que el tiempo puede tener un resultado enorme en el rendimiento y productividad en el área de trabajo. No solo te puede convertir en un colaborador más eficiente, sino que también te ayudará a cumplir con los plazos, producir un trabajo de mejor calidad, desarrollarte y dar el siguiente paso en tu carrera. Los gerentes deben poder evaluar la productividad de los miembros de su equipo y asegurarse de que estén aprovechando al máximo a sus colaboradores. (Castro, 2020)

Gestión del tiempo en el trabajo: Para Ramos (2018) la gestión de tiempo no solo es el trabajo, sino personal y de uno mismo y puede llevar acabo con las siguientes acciones: Definir claramente los objetivos del equipo de trabajo, determinar que tareas se requieren para alcanzarlos, además puntualizar un programa de actividades o plan de trabajo, no obstante planificar la realización de las tareas y por ultimo priorizar según los objetivos.

Dimensión 2

Planeación

La planeación es un proceso muy organizado para cumplir con algún objetivo específico, en general es un plan; se refiere a definir las metas, estrategias, y los medios para poder alcanzar dichos objetivos trazados en una empresa, negocio u organización. La planeación la realizamos día a día no solo en el trabajo sino también en nuestra vida diaria. Implica tomar decisiones de los diferentes recursos obtenidos. (Mejías, 2018)

Cuando planificamos es esencial entender dónde nos encontramos y a donde queremos llegar. De esta manera se hará más fácil llegar a la vía correcta. Está más que claro que se los objetivos nos permitirán crear un cronograma para identificar los conflictos, obstáculos que pueden aparecer en nuestro camino. En la medida en que logremos hacer un mejor ejercicio de planificación, estaremos abordando de manera proactiva las eventualidades que se presenten. (Monroy, 2022)

La planificación es fundamental en la gestión de calidad ya que de ella depende los objetivos y metas de la empresa, de esta manera podemos optimizar al máximo el tiempo y recursos. No siempre podemos planificarlo todo, pero es importante realizar este paso, así nos aseguramos de prever situaciones que pueden poner en riesgo a nuestra empresa.

Indicadores

Decisiones

La toma de decisiones se define como un proceso que pasan las personas cuando necesitan elegir entre distintas opciones así evaluamos la información recolectada para tomar la mejor decisión posible. A diario los seres humanos estamos eligiendo entre una opción y otra, y esto no es fácil. La toma de decisiones se activa cuando nos enfrentamos a algún conflicto en distintos ámbitos de nuestra vida y hay que darle la mejor solución posible. (Loayan, 2021)

Gambarro (2019) nos indica que se debe ser consciente que aquello que no se puede medir, no se puede controlar es un caos. Por eso, las decisiones más eficaces están fundamentadas con el análisis de datos e información. Para demostrar que se aplique el sexto de los principios de gestión de la calidad se debe tener información, datos precisos y fiables, además tanto los datos como la información son accesibles, luego se analizan los datos, experiencia y se toman decisiones para la mejora continua en función de los resultados. Los beneficios que puede implicar la aplicación de éste principio de calidad son: Decisiones con acierto, fundamentadas en los datos, poder demostrar la efectividad de las decisiones a través de la referencia de hechos reales y tener la capacidad de cuestionar opiniones, decisiones y realizar revisiones.

Portero (2019) la toma de decisiones en equipo es fundamental para el éxito o fracaso de la empresa, también para mejorar y resolver algún problema hay decisiones que demandan de un nivel especializado de conocimientos, aunque el líder sea el responsable de tomar una decisión necesita de las opiniones de otros para realizar una evaluación. Asimismo, el trabajo en equipo supera al individual las diferentes habilidades, conocimientos o puntos de vistas de los colaboradores generan nuevas alternativas. El proceso de la toma de decisiones en equipo demanda abordar el problema, involucrar a los colaboradores y llegar a un consenso sin que se alejen del objetivo final. Proceso en la toma de decisiones en equipo: Establecer la estructura de un equipo y plan; además definir el objetivo, también gestionar y controlar el tiempo empleado, luego

asignar un responsable para mantener el control y foco de la discusión, y por ultimo usar la mejor herramienta para ayudar a seleccionar la idea más práctica y seleccionada.

Política

Monise (2018) manifiesta que una política es una técnica de principios, que está dirigida a decisiones que logran alcanzar resultados óptimos. La política de calidad es una responsabilidad de la organización para sus partes interesadas. Así como la misión, visión, valores que ayuda a la gerencia a tomar decisiones sobre los colaboradores acerca de su contrato y estrategias para alcanzar resultados.

En la actualidad se entiende que la satisfacción del cliente tiene que ver mucho con la calidad del producto o servicio que se ofrece. Es por eso que la empresa recurre a las políticas de calidad, tales políticas son creadas por la alta gerencia con el fin de un compromiso en los estándares de calidad teniendo en cuenta la mejora continua y la atención al cliente. (Vásquez, 219)

Objetivos

Se establece que los objetivos son metas que se deben cumplir o lograr, depende mucho de la motivación que tiene una persona para realizar una acción y llegar a una meta. Si se habla en términos organizacionales la empresa tiene como objetivo fundamental cubrir las necesidades de los clientes a

beneficio de ella, es decir se trata de una gana y gana por ambas partes. (Méndez, 2019)

Para establecer los objetivos de calidad en una empresa se debe hacer en los niveles y funciones adecuados, asignando a los responsables con el fin de una mejora. Los objetivos tienen la tarea de definir lo que se desea conseguir. La Norma ISO 9001:2015 requiere que la Alta Dirección asuma la responsabilidad de que se establezcan los objetivos de la calidad y que además éstos sean compatibles con el contexto y la dirección estratégica de la organización. Asimismo, y a diferencia con la Política de Calidad, los Objetivos no deben ser necesariamente definidos por la Dirección, aunque sí supervisados y revisados por ella. (Gonzales, 2018)

Los objetivos de calidad son metas, retos que se definen a partir de la planificación estratégica de la empresa y de su política de calidad. Los objetivos de calidad tienen que ser coherentes con la política de calidad y perseguir la mejora continua y todo el personal debe estar implicado en su consecución.

Métodos

Según Díaz (2019) existe el método Kaizen que está enfocado en la mejora continua de la empresa y contiene los siguientes rasgos particulares: mejora en pequeños pasos, también mejora sin grandes inversiones, además mejora con la participación de todos los miembros de la organización y mejorar actuando,

implantando rápidamente las mejoras. Además, el Método Kaizen tiene como fin principal suprimir todos aquellos desperdicios, despilfarros o ineficiencias que se puedan dar en los sistemas productivos, y que se pueden incluir en algunas categorías como: exceso de producción, defectos, también inventarios, además transportes, demoras y procesos innecesarios. Su filosofía es que no debe pasar un solo día sin que se haya hecho alguna clase de mejora.

Variable 2: Atención al cliente

Sin duda alguna la atención al cliente es muy importante dentro de una empresa, porque brinda un servicio a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos. Además, los clientes son el eje fundamental de toda empresa, sin ellos la organización no encaminaría hacia el éxito; asimismo, merecen el mejor trato posible, que se sientan que están comprometidos a escucharlos con paciencia y atención, de esta manera las empresas fidelizan a sus clientes, logrando la satisfacción de estos para que regresen por el servicio o el producto. (Izquierdo, 2019)

Lógicamente en las organizaciones la atención al cliente es fundamental debido a alta demanda en el mercado, donde se puede integrar con estrategias atrayentes para el consumidor, tanto como en facultar las objeciones necesarias para la acción de atención, de la misma forma, se les puede ofrecer proporcionando una respuesta que será constantemente las interrogantes de la

organización, por lo cual, teniendo como base su plena satisfacción del cliente, en un mundo tan competitivo. (López, 2020)

Villalobos (2019) indica el servicio al cliente es el servicio o atención que una empresa o negocio le brinda a sus prospectos desde el momento de ofrecer sus productos o servicios. La atención al cliente se debe entender como un conjunto de actividades y comportamientos que se relacionan entre sí con el objetivo de que el cliente obtenga una satisfacción en el momento y lugar adecuado.

Dimensión 1

Servicio al cliente

El servicio de atención al cliente es un soporte que se le brinda a los clientes, antes durante y después de la compra o servicio, si este es satisfactorio la relación la relación del cliente con la empresa mejora, pero también puede ocurrir lo contrario lo que significa que el cliente no regrese a la empresa. Por eso es importante que el servicio hacia el cliente sea el adecuado. (Bengochea, 2022)

En la actualidad se observa que el servicio al cliente es indispensable en las empresas como parte fundamental de su estrategia ya que día a día los clientes se vuelven más exigentes. No solo está en ofrecer un producto de calidad sino

hacer sentir al consumidor satisfecho, asimismo se va creando un lazo entre la marca y la empresa mejorando la experiencia de servicio. (Arenal, 2021)

Para Bobadilla (2019) el servicio al cliente abarca una serie de acciones conectadas y ofrecidas por la empresa para que el cliente adquiriera el producto o servicio en el tiempo apropiado, consiguiendo la satisfacción y la fidelización para que regrese al establecimiento. No obstante, ayudando a solucionar sus problemas y dificultades permitiendo diferenciar a la empresa de la competencia.

Indicadores

Servicio

Según Quiroga (2020) determina que el servicio es imperceptible, nace de las necesidades de las personas. Un servicio no se puede tocar ni almacenar, implica ofrecerlo en el mismo instante que se origina. Lo que permite a la empresa satisfacer las necesidades de los clientes.

Según Valdez (2022) se llama servicio a la experiencia de servir, acudir y apoyar a un determinado conjunto de medios o herramientas que sean útiles para un individuo. Se determina las siguientes características: Ser suministrados por el Estado o por entidades privadas así mismo son diversos, debido a que todos estos presentan particularidades que los diferencian de los demás, en algunos casos, son intangibles, no se puede

percibir por ejemplo líneas telefónicas o redes de internet, además las propiedades básicas están vinculadas con propiciar un buen trato al cliente, solventar la necesidad por el cual este se contacta, motivar la posibilidad de expresar el agradecimiento o el descontento por parte del usuario y por último se detallan principalmente por cumplir con lo propuesto, para satisfacer las necesidades del usuario.

En conclusión, los servicios son las actividades destinada a satisfacer una determinada necesidad de los individuos ya sea de manera individualizada o aportando un buen trato, es intangible y no se puede poseer.

Problema

Se determina que un problema es un argumento o asunto que necesita solución, se puede dar en varios espacios, solo tenemos que aprender cómo dar solución a las dudas o inconvenientes que tiene los clientes a l momento de obtener los productos o servicios verificando las mejores decisiones. (Garrido, 2020)

Se indica que los problemas requieren una pronta solución. No solo ocurren en el trabajo, sino en diferentes ámbitos ya sea social, familiar, sentimental, económico, mala distribución de riqueza, y de manera científica. (Pérez, 2021)

Satisfacción

Quijano (2021) describe a la satisfacción como el nivel de cumplimiento de los intereses de los clientes, tras recibir algún producto o servicio. Asimismo,

es la actitud que crea la experiencia de una compra, servicio o marca. Si el cliente recibe menos de lo que se esperaba la sensación de satisfacción será negativa, pero si percibe que cumplió con lo requerido su experiencia de satisfacción será positiva.

Se describe a la satisfacción como símbolo de sensación o placer que se tiene cuando han cubierto alguna necesidad. Pero no todas las personas se sentirán satisfechas ante resultados similares siempre van a anhelar más, por lo que no se van a sentir completos es un elemento relativo de cada quien. (Pérez, 2021)

Beneficios de la satisfacción del cliente: Según Pozo (2022) evita la pérdida de clientes. Los clientes no los pierdes por los precios, sino por la mala atención o trato brindado. Es fundamental realizar algún seguimiento para mejorar la calidad del servicio. Otro beneficio es un indicador de la intención de compra, al conocer cuál es el grado de satisfacción del cliente podrás percibir cuál es la probabilidad que un cliente realice una compra a futuro. Asimismo, genera referencias positivas fundamental generar referencias positivas a los clientes ya que ellos serán quienes recomienden a la empresa con sus amigos, familiares, colegas. Si no están satisfechos generara una desventaja para el negocio.

Fidelizar

Se puntualiza a la fidelización como la conducta de un determinado público que permanece fiel a la marca o empresa. Es importante vincular la emoción de los

clientes con la empresa para mantener relaciones a un largo plazo. De esta manera sabremos la intervención en sus compras. (Pozo, 2020)

Establecimiento

En la actualidad las organizaciones aplican estrategias una de ellas es contar con un buen establecimiento, lo que nos permitirá tener una imagen buena de la empresa o negocio, detallando los protocolos de limpieza y mantenimiento, sobre todo que el personal sea el adecuado para brindar un servicio de calidad, generando ingresos, atrayendo nuevos clientes al establecimiento. Con el fin de posicionarse en el mercado. (Gil, 2019)

Dimensión 2:

Satisfacción al cliente

En la actualidad la satisfacción al cliente una empresa es primordial, ya que de ella depende que los clientes sigan adquiriendo el producto o servicio, así mismo recomendando a su entorno. Lo que generará beneficios, ganancias e incremento de ventas y clientes a la organización. (Peiró, 2018)

En la actualidad la satisfacción del cliente se define como la valoración que hace el cliente en proporción a un servicio o producto, que este cumple y que reconozca sus necesidades y expectativas. Si es lo contrario, el cliente se sentirá insatisfecho. Por esta razón, la satisfacción surge cuando las necesidades o expectativas del cliente se han verificado, cabe destacar que, el

cliente tiene la última palabra en la compra de un producto o servicio, por eso que las empresas buscan que sus productos y servicios superen sus expectativas y satisfacción para que el cliente regrese a consumir, esto permite aumentar más los volúmenes de ventas. (Douglas, 2020)

Indicadores

Medir la satisfacción

Según Pozo (2020) estar al corriente de lo que opinan los clientes de nuestra empresa, producto o servicio es muy importante porque nos dará una idea de saber que tan satisfechos se sienten el feedback es una herramienta que ayuda a medir dicha satisfacción para ello existen algunos métodos que podrían ayudar: Encuestas de satisfacción del cliente, La encuesta es una herramienta de excelente ayuda porque con ellas podemos conocer datos o información precisa de los clientes de cómo fue su experiencia. Ya que los clientes responden a un cuestionario. Las preguntas se enfocan en temas relevantes como la experiencia de compra, y si los productos o servicios brindados solucionan algunas necesidades. También Tasa de abandono de cliente: Existe otro método que permite medir el porcentaje de clientes que dejaron de utilizar el servicio o producto un en periodo determinado. Todas las empresas pierden clientes incluso las empresas grandes, lo que importa es que esa cantidad sea pequeña, si es grande significa que no lograste satisfacer con el servicio o producto.

Expectativa del cliente

Se analiza que la expectativa es lo que induce a una persona a reunir los instrumentos adecuados para el trabajo. Asimismo, si un individuo amplía sus esfuerzos su recompensa también aumentara. Muchas empresas buscan superar esas expectativas que tiene los clientes, pero muy pocas lo logran es motivo es que no saben escuchar, o no prestan atención a lo que los clientes necesitan en un momento determinado. (Spring, 2021)

Beneficios

Una vez que se logra la satisfacción de los clientes conseguimos obtener beneficios como la fidelización, lo que genera que el cliente regrese al establecimiento para realizar otra compra o servicio, también implica que recomienden a sus familia y entorno. (López, 2019)

Según Valera (2019) indica que los clientes cada vez son más juiciosos, donde debemos oírlos para poder atender sus peticiones y satisfacerlos. Por ello al lograrlo obtenemos los siguientes beneficios: Evita pérdida de clientes, indica la intención de compra no obstante acrecienta el ciclo de vida del cliente y genera referencias positivas.

Recomendación del cliente

Según Digital Guide (2020) se determina que en el mundo competitivo que vivimos debemos de tener en cuenta que los clientes satisfechos inspeccionan

el buen servicio o producto propuesto, si se logra satisfacer al cliente sin duda alguna ellos recomendaran el negocio o la empresa donde hoy en día es más fácil obtener una valuación ya sea por internet, permitiendo que nuevos clientes lleguen a la empresa.

Las recomendaciones juegan un papel muy importante para la empresa, esto ayuda a crear en los consumidores una idea positiva del establecimiento. Lo que permite atraer nuevos clientes, aumentar rentabilidad, fidelización y crecimiento de la empresa. (Pérez y Merino, 2021)

Muchas empresas utilizan nuevas estrategias para conseguir que los clientes recomienden su establecimiento, como son Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram y los comentarios de YouTube. Las recomendaciones de los clientes se dan mayormente por la boca a boca, a través individuos conocidos, como amigos, familiares, compañeros de trabajo. (Pérez, 2019)

Estrategias

Ronda (2021) define a la estrategia como un objeto de orientación que permite la satisfacción de las necesidades de los clientes. objetivo a quien está dirigida la actividad de la empresa, a través de una interacción proactiva de la organización con su entorno y el uso de procedimientos y técnicas con un basamento científico empleadas de manera repetitiva e integral.

Dangelo (2022) indica hace referencia a un conjunto de planes a corto, mediano o largo plazo, bien elaborados que deben ser ejecutados para lograr un objetivo ya sea a nivel personal o empresarial. Es decir, consiste en un plan de acción bien estructurado para cumplir de manera eficiente con los objetivos trazados ir un fin trazado de la manera más eficiente posible.

2.3. Marco conceptual

Gestión de Calidad: Se determina como un modelo enfocado en los procesos de la organización, cuya intención principal es mejorar los procesos de algún bien o servicio. También tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes de esta manera generará más rentabilidad a la empresa. (Pérez, 2020)

Atención al cliente: Es el asesoramiento que una empresa brinda a sus clientes para ofrecer sus productos o servicios, se atienden las necesidades y se solucionan problemas de esta manera una ventaja de tener una buena atención al cliente es la fidelización de los clientes. (Villalobos, 2019)

Micro y pequeña empresa: Se define a la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley N° 28015, 2003, p.1)

Medir la satisfacción del cliente: Es la manera como las empresas escuchan al consumidor para saber que tanto están satisfechos con lo que ofrecen, de esa manera poder mejorar el servicio o producto que ofrece. (Pozo, 2020)

Servicio: El servicio son los tributos que satisface alguna necesidad de las personas, por ello, que no reside en la producción de bienes materiales. Es importante señalar que es una adquisición, un activo de naturaleza física propia (intangibles), asimismo, a diferencia de los bienes si la tienen. (Real Académica Española, 2021)

III. HIPÓTESIS

Según Hernández y Mendoza (2018) indican que las hipótesis son comprobaciones del fenómeno o problema investigado manifestadas como proposiciones o afirmaciones y componen las guías de un estudio. Muestran lo que tratamos de probar, toman parte del planteamiento del problema para establecer el rumbo de la investigación. Las variables obtienen valor para la investigación científica cuando llegan a relacionarse con otras variables en las hipótesis, se les suele llamar construcciones hipotéticas, pero no toda investigación precisa de hipótesis, como lo hace la investigación descriptiva, no los necesitan porque basta con hacer unas pocas preguntas de investigación (p.124)

En la presente investigación titulada *Propuesta de un plan de mejora de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022*, no se planteó hipótesis por ser de diseño descriptiva- de propuesta.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó para la ejecución de esta investigación fue no experimental-transversal - descriptivo - de propuesta.

No Experimental

Según Rodríguez (2019) en el diseño no experimental no se manipulan las variables, el investigador observa de forma natural para analizar.

La investigación fue no experimental, porque no se manipuló las variables gestión de calidad y atención al cliente en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022. Es decir, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad no sufrió ningún tipo de modificaciones.

Transversal

Según Sánchez (2022) el diseño de estudios transversales se define como el diseño de una investigación observacional, individual, que mide una o más características como las variables, en un momento dado.

Fue transversal, porque el estudio de investigación: Propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C. Distrito de Piura, 2022, se desarrolló en un espacio y tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin que especifica en el año 2022.

Descriptivo

Según los autores Hernández y Mendoza (2018) presentan que las investigaciones descriptivas tienen como propósito especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado. (p.107)

La investigación fue descriptiva porque solo se describió las principales características de las variables gestión de calidad y atención al cliente en la micro empresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C. Distrito de Piura, 2022.

Propuesta

Según Ruiz (2020) manifiesta que la propuesta tiene como finalidad persuadir a la gente de que sus ideas y proyectos son importantes. Una propuesta de investigación muestra a la gente porque la investigación es una buena idea y necesaria. La gramática o la forma como se escribe la propuesta también se fundamental, ya que de ella depende la aceptación o rechazo de la propuesta.

Esta investigación fue de propuesta porque se realizó una propuesta y un plan de mejora a los resultados de la investigación denominada: Propuesta de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022.

4.2. Población y muestra

Población

Según Cárdenas (2018) revela que el universo o población de estudio es el conjunto de actores (personas, organizaciones, países, etc.) que comparten algunas características que son aquellas unidades de análisis con los que se responderá la pregunta de investigación. (p.28)

P1: Para la variable Gestión de Calidad se utilizó una población de 10 trabajadores de la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022

P2: Para la variable Atención al Cliente se utilizó una población infinita de clientes de la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022.

Muestra

Para López (2018) una muestra estadística es un subconjunto de datos pertenecientes a la población. Estadísticamente discutiendo debe estar formada por cierto número de observaciones que representan el total de los datos.

M1: Para la variable gestión de calidad se empleó una muestra de 10 trabajadores de la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022. Es decir, se utilizó una muestra censal.

M2: Para la variable Atención al cliente se utilizó una muestra probabilística de clientes de la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022, la cual fue hallada a través de la fórmula de población infinita o desconocida, se detalla a continuación:

Reemplazando:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.50 \times 0.50}{0.025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 385 \text{ clientes}$$

4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Operacionalización de variables e indicadores							
Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Items	Fuente	Escala de Medición
Gestión de Calidad	Se define la gestión de calidad como la herramienta fundamental para optimizar los procesos de planeación, control, aseguramiento, y mejoramiento de la calidad en una organización empresarial. (Hernández & Martínez, 2018)	Optimizar	La optimización es la acción de desarrollar una actividad lo más eficiente posible, es decir, con la menor cantidad de recursos y en el menor tiempo posible. (Westreicher, 2020)	Eficiente	¿Considera usted que la empresa implementa un eficiente sistema de gestión de calidad ?	Trabajadores	Likert
					¿Considera usted que una buena gestión de calidad garantiza un servicio eficiente?		
				Recursos	¿Se siente satisfecho con los recursos brindados por la empresa ?		
		Tiempo	¿Considera usted que la empresa cumple con el tiempo establecido en el horario de trabajo?				
		Planeación	La planeación es la determinación de lo que va hacer,	Decisiones	¿ La empresa comunica y toma en cuenta la opinión de los trabajadores para la toma de decisiones?		
					¿Usted considera que la empresa trabaja en		

			<p>incluyendo decisiones de importancia, como el establecimiento de políticas, objetivos, redacción de programas, definición de métodos específicos, procedimientos y el establecimiento de las cédulas de trabajo y otras más. (Kuri, 2018)</p>		equipo para tomar las decisiones correctas ?			
				Políticas		¿Conoce las políticas de la empresa?		
				Objetivos		¿Considera usted que una buena planificación permitirá alcanzar los objetivos ?		
							¿Han recibido recompensas o reconocimiento por alcanzar los objetivos de la empresa?	
			Métodos		¿La empresa propone a los colaboradores métodos de trabajo para la mejora continua y logro de los objetivos de la empresa?			

Nota: Elaboración propia.

Operacionalización de variables e indicadores

Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable
Atención al Cliente	Es muy importante dentro de una empresa, porque brinda un servicio a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderles un producto o entregarle el mismo. No obstante, los clientes son el pilar fundamental de toda empresa, sin ellos la organización no encaminaría bien; asimismo, merecen el mejor trato posible, llevando una comunicación eficiente, por lo tanto, las empresas buscar como fidelizar a sus clientes, logrando la satisfacción de estos para que regresen a comprar sus	Servicio al cliente	El servicio al cliente engloba una serie de actividades interrelacionadas que ofrece una organización con la finalidad de que el consumidor adquiera el producto o servicio, en el instante y tiempo adecuado, logrando la satisfacción de sus necesidades y/o expectativas, dando resultado la fidelización, haciendo que regrese al establecimiento, de la misma forma fomentando a solucionar sus problemas y disyuntiva, no obstante, como efecto del importe la imagen y prestigio de la	Servicio	¿Usted considera que la empresa brinda un servicio de calidad, eficaz y personalizado ?	Clientes	Likert
				Problema	¿Cuándo usted tiene algún problema, reclamo o duda la empresa le ayuda a solucionarlo?		
				Satisfacción	¿Usted se siente satisfecho con la atención brindada?		
				Fidelizar			

	productos o servicios (Izquierdo, 2019)		<p>empresa, es por ello que el servicio postventa provoca</p> <p>que la entidad se distinga de la competencia, permitiendo ser tener mayor ventaja competitiva en el mercado (Bonilla, 2019).</p>		¿Considera que una buena atención ayuda al crecimiento de la empresa?		
			Establecimiento	¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento?			
		Satisfacción al Cliente	<p>Es una métrica que revela que tan felices se sienten los clientes con los productos y los servicios que ofrecen una organización. No obstante, al no medir la satisfacción al cliente, se están desaprovechando enormes oportunidades de mejorar la</p>	Medir	¿La empresa mide el grado de satisfacción del cliente?		
				Expectativa	¿Usted considera que la empresa cumple con sus expectativas con el servicio brindado?		

			<p>experiencia de compra y de acrecentar el posicionamiento de la marca, de la misma forma, debemos tener en cuenta los elementos porque permite una mejor</p> <p>percepción del cliente y establecer mejores estrategias que ayuden a cumplir con los objetivos (Da Silva, 2021).</p>	Beneficios	¿Considera usted que una buen atención al cliente trae beneficios a la empresa?		
				Recomendar	¿Usted recomendaría a la empresa?		
				Estrategias	¿La empresa aplica estrategias para una buena atención al cliente ?		

Nota: Elaboración Propia.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

La encuesta

Según Salas (2020) manifiesta que es la técnica más empleada en las investigaciones realizadas en las ciencias sociales. Se utiliza para recolectar información de personas respecto a características.

La técnica que se utilizó para el recojo de la información fue la encuesta, la cual estuvo dirigida a los trabajadores y clientes de la microempresa Revisiones Técnicas Certificada del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022.

Instrumento

Cuestionario

Para Cisneros (2022) puntualiza que el cuestionario es el instrumento más utilizado en las investigaciones, consiste en un cierto número de preguntas o indicadores con el fin de recolectar información del encuestado. Pueden ser preguntas abiertas o cerradas. Esta herramienta se utiliza con fines de investigación que pueden ser tanto cualitativas como cuantitativas.

El instrumento que se empleó fue el cuestionario el cual estuvo elaborado por 20 preguntas, de las cuales 10 fueron dirigidas a los trabajadores de la microempresa referente a la variable gestión de calidad, y las otras 10 preguntas fueron dirigidas a los clientes de la microempresa con respecto a la segunda variables atención al cliente. Las preguntas se realizaron en escala de Likert.

4.5. Plan de análisis

Para Fresno (2019) un plan de análisis radica en someter, organizar y reflexionar sobre los datos de tu encuesta con la finalidad de obtener conclusiones que ayudaran a alcanzar nuestros objetivos.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó los programas informáticos como el Word para la redacción digital del trabajo, Microsoft Excel para la tabulación de los resultados de acuerdo a cada variable frecuencias y porcentajes; también se empleó el programa PDF para la presentación final de la investigación, además se dispuso el programa Turnitin para medir el grado de similitud, por último, el programa Power Point (diapositivas) para la sustentación de la tesis.

4.6. Matriz de consistencia

Título	Enunciado del problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos	Plan de análisis
<p>Propuesta de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022.</p>	<p>¿Cuál es la propuesta de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022.</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>-Establecer una propuesta de mejora de la Gestión de Calidad y Atención al cliente en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>-Describir las características de optimización de la gestión de calidad en la microempresa de Revisiones Técnicas.</p> <p>-Determinar los procesos de planeación de la</p>	<p>Variable 1 Gestión de Calidad</p> <p>Variable 2 Atención al Cliente</p>	<p>P1: Para la variable gestión de calidad se utilizó una población de 10 trabajadores de la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022</p> <p>P2: Para la variable Atención al Cliente se utilizó una población infinita de clientes de la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022</p>	<p>Diseño de la Investigación</p> <p>No experimental</p> <p>- transversal - descriptivo – de propuesta</p>	<p>Técnica</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario</p>	<p>Se utilizó los siguientes programas informáticos :</p> <p>-Word -Excel. -PDF -Power point. -Turnitin</p>

		<p>gestión de calidad en la microempresa</p> <p>Revisiones Técnicas</p> <p>Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.</p> <p>-Identificar las características del servicio de atención al cliente en la microempresa</p> <p>Revisiones Técnicas</p> <p>Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.</p> <p>-Medir la satisfacción del cliente en la microempresa</p> <p>Revisiones Técnicas</p> <p>Certifica del Norte S.A.C,</p>		<p>M1: Para la Variable de gestión de calidad se utilizó una muestra de 10 trabajadores de la microempresa</p> <p>Revisiones Técnicas</p> <p>Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022. Es decir, se empleó una muestra censal</p> <p>M2: Para la variable Atención al cliente se utilizó una muestra probabilística de 385 clientes de la microempresa</p> <p>Revisiones Técnicas</p> <p>Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022,</p>			
--	--	---	--	--	--	--	--

		<p>Distrito de Piura, 2022.</p> <p>-Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la microempresa</p> <p>Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022.</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--

Nota: Elaboración propia.

4.7. Principios éticos

Los principios éticos que se aplicaron en el presente trabajo de investigación, en concordancia al Código de ética para la Investigación de la Uladech Católica, aprobado por acuerdo del Consejo Universitario.

- **Protección a las personas:** En esta investigación se respetó la confidencialidad, creencias, opiniones, identidad y la privacidad de las personas que voluntariamente fueron encuestadas.

- **Libre participación y derecho a estar informado:** En esta investigación se aplicó una encuesta para trabajadores y clientes de la microempresa quienes de manera voluntaria participaron, antes de aplicar dicho cuestionario se informó y explicó sobre los objetivos y fines que tiene la investigación. También se comunicó sobre el consentimiento informado a los trabajadores y clientes.

- **Beneficencia no maleficencia:** En este principio se pretendió asegurar el bienestar de todas aquellas personas que participaron en la investigación. Como investigadora se trató con respeto, se mantuvo una conducta adecuada para no causar daño y se generó confianza.

- **Cuidado del medio ambiente y biodiversidad:** En esta investigación se tomó en cuenta al medio ambiente para evitar la contaminación. Al momento que se imprimió las encuestas se utilizó las hojas por ambas caras, reciclamos los

papeles donde anotamos algunos datos de la investigación, se redujo las horas en la computadora así ayudamos a evitar efectos negativos en nuestro medio ambiente.

-Justicia: Como investigadora mi deber fue cumplir con mi tarea encomendada, sin extralimitarme, se mostró respeto y empatía hacia las personas encuestadas de esta manera se cumplió con el objetivo de recaudación de información.

-Integridad científica: En este principio se siguió un patrón de conducta e investigación caracterizado por la observancia y principios éticos que garantizaron una investigación responsable. Se cuidó cautelosamente la información recogida para el procesamiento de datos.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1.

Característica de la optimización de la Gestión de calidad en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.

Optimización	N	%
Implementación de un eficiente sistema de gestión de calidad		
Nunca	8	80.00
Muy pocas veces	2	20.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00
La gestión de calidad garantiza un servicio eficiente		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	10	100.00
Total	10	100.00
Utilización de recursos para alcanzar objetivos		
Nunca	2	20.00
Muy pocas veces	2	20.00
Algunas veces	6	60.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00
Cumplimiento con el tiempo establecido en el horario de trabajo		
Nunca	1	10.00
Muy pocas veces	7	70.00
Algunas veces	2	20.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito Piura, 2022.

Tabla 2.

Características de los procesos de planeación de la gestión de calidad en la microempresa Revisiones Técnicas Certificada del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.

Planeación	N	%
Comunicación y se toma en cuenta a los trabajadores para la toma de decisiones		
Nunca	7	70.00
Muy pocas veces	2	20.00
Algunas veces	1	10.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00
Trabajo en equipo para la toma de decisiones		
Nunca	8	80.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	2	20.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00
Conocimiento de las políticas de la empresa		
Nunca	4	40.00
Muy pocas veces	1	10.00
Algunas veces	3	30.00
Casi siempre	1	10.00
Siempre	1	10.00
Total	10	100.00
Una buena planificación permitirá alcanzar objetivos		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	1	10.00
Siempre	9	90.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 2.

Características de los procesos de planeación de la gestión de calidad en la microempresa Revisiones Técnicas Certificada del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.

Planeación	Concluye...	
	N	%
Recompensas o reconocimiento por alcanzar objetivos		
Nunca	9	90.00
Muy pocas veces	1	10.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00
Métodos de trabajo para el logro de los objetivos y mejora continua		
Nunca	4	40.00
Muy pocas veces	6	60.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la microempresa Revisiones Técnicas Certificada del Norte S.A.C, Distrito Piura, 2022.

Tabla 3.

Características del servicio de atención al cliente en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022.

Servicio de atención al cliente	n	%
Servicio de calidad, eficaz y personalizado		
Nunca	6	1.56
Muy pocas veces	11	2.86
Algunas veces	22	5.71
Casi siempre	155	40.26
Siempre	191	49.61
Total	385	100.00
Se da solución a los problemas, reclamos o dudas que se presentan		
Nunca	18	4.68
Muy pocas veces	32	8.31
Algunas veces	57	14.80
Casi siempre	111	43.38
Siempre	167	28.83
Total	385	100.00
Satisfacción con la atención brindada		
Nunca	10	2.60
Muy pocas veces	21	5.45
Algunas veces	48	12.47
Casi siempre	100	53.51
Siempre	206	25.97
Total	385	100.00
La buena atención ayuda a la fidelización de los clientes y crecimiento de la empresa		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	7	1.82
Siempre	378	98.18
Total	385	100.00

Continúa...

Tabla 3.

Características del servicio de atención al cliente en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022.

	<i>Concluye...</i>	
Servicio de atención al cliente	n	%
La buena atención es fundamental para que el cliente regrese		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	5	1.30
Siempre	380	98.70
Total	385	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.

Tabla 4.

Características de la satisfacción al cliente en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022.

Satisfacción al cliente	n	%
Medición del grado de satisfacción del cliente mediante encuestas		
Nunca	297	77.14
Muy pocas veces	59	15.32
Algunas veces	29	7.54
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	385	100.00
Cumple con las expectativas del servicio brindado		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	6	1.56
Algunas veces	31	8.05
Casi siempre	69	17.92
Siempre	279	72.47
Total	385	100.00

Continúa...

Tabla 4.

Características de la satisfacción al cliente en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022.

Satisfacción al cliente	Concluye...	
	n	%
Una buena atención al cliente trae beneficios a la empresa	n	%
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	73	18.96
Siempre	312	81.04
Total	385	100.00
Recomendación de la empresa		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	12	3.12
Siempre	373	96.88
Total	385	100.00
Aplicación de estrategias para el servicio al cliente		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	9	2.34
Casi siempre	20	5.19
Siempre	356	92.47
Total	385	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.

Tabla 5. *Propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C. Distrito de Piura, 2022.*

Indicadores	Problemas	Causas del Problema	Consecuencias del problema	Acción de mejora	Responsables
Implementación de un sistema eficiente de gestión de calidad	El 80% de los trabajadores indica que nunca se implementa un eficiente sistema de gestión de calidad	-ineficiente organización económica - Falta de compromiso por parte del gerente -Planeación inadecuada del área administrativa. -Desconocimiento de gestión de calidad. -Falta de liderazgo	-Decisiones incorrectas. -Reducción de la productividad. Servicio ineficiente con errores en los procesos. Desmotivación de los empleados.	-Capacitación de lo que es gestión de calidad. -Identificar y evaluación de las áreas donde hay ineficiencia para la mejora. -Mejorar la comunicación, planeación y organización en el área administrativa. - Establecer objetivos para saber a dónde queremos llegar	Gerente
Satisfacción con los recursos brindados	El 60% de los trabajadores indica que algunas veces se sienten satisfechos con los recursos brindados por la empresa	-Falta de compromiso por parte del administrador y representante al identificar cuáles son los recursos. -Mala planificación. -No dar importancia a los trabajadores.	-No cumplir con las funciones establecidas -No cumplir objetivos. -Bajo rendimiento y productividad. -	-Priorizar al trabajador generando confianza para que cumpla con sus funciones. -Tener comunicación directa con los trabajadores dándoles la confianza para que ellos puedan expresar sus quejas	

<p>Cumplimiento con el tiempo en el horario establecido en el trabajo</p>	<p>El 60 % de trabajadores considera que muy pocas veces cumplen con el horario establecido</p>	<p>-No se respeta el horario de salida. -Permitir que los vehículos ingresen después del horario de salida. -No se reconocen las horas extras</p>	<p>-Realizar el proceso de la inspección mal por querer salir rápido. -Malestar entre los trabajadores.</p>	<p>-Fijar y cumplir con el horario de salida. -Reconocer o pagar las horas extras.</p>	
<p>Comunicación y se toma en cuenta a los colaboradores para la toma de decisiones</p>	<p>El 70 % indica que nunca se comunica las decisiones tomadas</p>	<p>Los empleadores no toman en cuenta a los colaboradores para la toma de decisiones debido a la falta de confianza o porque no conocen las habilidades o conocimientos de sus trabajadores -Falta de motivación.</p>	<p>-Decisiones erradas -Conflictos entre los colaboradores y empleadores. - El trabajador se siente desmotivado</p>	<p>-Crear una política mediante la cual se garantice que los trabajadores puedan dar sus sugerencias a través de reuniones o sesiones para influir en los cambios en el centro de trabajo -Exhortar a los colaboradores para que presenten sus ideas sobre la mejora de las tareas laborales, mediante breves sesiones de sugerencias o la conformación de equipos de análisis -Proporcionar información y capacitación al personal</p>	

				para ayudarlos en el proceso de toma de decisiones.	
Recompensas, incentivos o reconocimiento por alcanzar objetivos	El 90% de los trabajadores indica que nunca han recibido recompensas por alcanzar los objetivos de la empresa	-El empleador no muestra interés hacia sus colaboradores o no valora el esfuerzo que realizan. -	-Falta de autoestima. - Estrés para los trabajadores. -Poco compromiso de los colaboradores para con la empresa. -Incumplimiento y desinterés de los empleados por alcanzar los objetivos.	-Establecer estrategias para el reconocimiento de los trabajadores como el trabajador del mes. -Dar bonos - Ofrecer incentivos en fechas especiales	
Conocimiento de las políticas de la empresa	El 40 % manifiesta que nunca han conocido las políticas de la empresa	-La empresa no tiene por escrito las políticas de la empresa. -No se brinda información sobre las políticas. -No dan importancia a las políticas de la empresa	-Desconocimiento de las políticas lo que genera que los trabajadores no estén guiados y no se trabaje de manera eficiente	-Dar a conocer a los trabajadores las políticas. - Plasmar las políticas de la empresa un lugar donde esté al alcance de todos.	
Métodos de trabajo para el	El 60% indica que muy pocas veces se	-El área administrativa no considera la mejora	-Procesos erróneos.	-Retroalimentación y revisión de los pasos en	

logro de los objetivos y mejora continua	emplean métodos para el logro de objetivos y mejora continua	continua como herramienta fundamental -No se supervisa las áreas con deficiencia. -No se identifican errores. -Falta de conocimiento sobre los métodos para alcanzar objetivos.		cada proceso. -Evaluación de los objetivos que se pretenden alcanzar. -Mantener un buen clima laboral. Comunicación constante jefe trabajador.	
Medición del grado de satisfacción del cliente mediante encuestas	El 77.14% de los clientes indican que nunca se ha medido el grado de satisfacción	-La empresa solo se centra en el servicio mas no en medir la satisfacción del cliente. -Desconocimiento de cómo se puede medir el grado de satisfacción.	-Perder ventas y Disminución de la productividad	-Diseñar herramientas para poder medir la satisfacción como la aplicación de encuestas. -Identificar correctamente los indicadores para medir la satisfacción	

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1. Característica de la optimización de la Gestión de calidad en la microempresa empresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022

Implementación de un sistema eficiente de gestión de calidad: El 80.00% de los trabajadores señala nunca se ha implantado o un sistema eficiente de gestión de calidad (Tabla 1), estos resultados coinciden con la investigación realizada por Parra y Picay (2020) quien señaló que el 80.00% no emplean sistemas de gestión de calidad y los métodos de evaluación del servicio son pocos fidedignos, del mismo modo contrasta con el estudio realizado por Pizarro (2018) el cual determinó que el 70.00% menciona que si implementan la gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores indican que no se implementa un sistema de gestión de calidad esto se debe a la falta de conocimiento e importancia del representante de la empresa de tener un sistema de gestión de calidad, también la resistencia al cambio, o no contar con los medios económicos. Implementar un sistema de gestión de calidad ayudara mucho a la empresa es decir genera mayor eficiencia, motiva a los colaboradores, ofrece reconocimiento internacional, mejora la gestión de los procesos y sobre todo ofrece niveles más altos de la satisfacción del cliente.

La gestión de calidad garantiza un servicio eficiente: El 100.00% de los trabajadores indicaron que una buena gestión de calidad garantiza un servicio eficiente (Tabla 1) tal como lo señala la Escuela Europea de Excelencia, (2019) en

su informe Gestión de calidad, que tuvo como objetivo general impedir los errores que se comenten no solo en los procesos de los productos sino también en los servicios obtenidos, asimismo la gerencia busca garantizar la calidad, lo que genera que se obtengan buenos servicios o productos; de esta manera los consumidores estén satisfechos y el servicio brindado sea eficiente. Esto demuestra que la totalidad de trabajadores manifiestan que tienen que contar con un plan de Gestión de Calidad ya que es una herramienta fundamental que ayudará a la continuidad del negocio. De esta manera se tendrá controlado los procesos de la organización evitando posibles errores, asegurando mejoras internas y una mayor satisfacción en el cumplimiento de las expectativas del público.

Utilización de recursos para alcanzar objetivos: El 60.00% de trabajadores indica que algunas veces la empresa utiliza los recursos necesarios para alcanzar los objetivos (Tabla 1) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Viera (219) quien señaló que el 295% consideró que la empresa a veces utiliza los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de calidad. Esto demuestra que la mayoría de trabajadores manifestó que no se utilizan los recursos necesarios para alcanzar objetivos, esto se debe a la falta de compromiso, aprobación y apoyo que tiene el representante hacia la empresa, lo que conlleva a la falta de liderazgo y voluntad profesional. Asimismo, la deficiencia en la gestión del cambio, lo que impide el manejo del cambio eficazmente. Asignar correctamente los recursos al personal ayuda a evitar cansancio en el trabajo sino al cumplimiento de objetivos a corto o largo plazo.

Cumplimiento con el tiempo establecido en el horario de trabajo: El 70.00 % de los trabajadores indicó que muy pocas veces la empresa cumple con tiempo establecido en horario de trabajo, el 20.00 % de los trabajadores señalaron que algunas veces se cumple con el tiempo establecido en el horario de trabajo y el 10.00% manifestó que nunca se cumple con el tiempo establecido en el horario de trabajo (Tabla 1). Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores manifestó que muy pocas veces se cumple con el tiempo establecido en el horario de trabajo, esto se debe a que hay días donde no se respeta el horario de salida porque hay vehículos que ingresan a la planta después de las 6 pm ocasionando malestar en los trabajadores porque esas horas extras no son pagadas.

Tabla 2. Características de los procesos de planeación de la gestión de calidad en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.

Existe comunicación y se toma en cuenta la opinión de los trabajadores para la toma de decisiones: El 70.00 % de trabajadores señala que nunca se comunica y se tiene en cuenta la opinión de los trabajadores para la toma de decisiones (Tabla 2) estos resultados contrastan con la tesis desarrollada por López (2019) el cual manifestó que el 85.71% afirman que el personal participa activamente en el planteamiento de nuevas medidas que signifiquen toma de decisiones y el 85.71% perciben que el empleado que es tomado en cuenta en la toma de decisiones, del mismo modo contrasta con la investigación por Viera (2019) el cual determino que el 37% consideró que el restaurante casi siempre hace partícipe a sus

subordinados en la toma de decisiones y este está orientado a las metas. Por lo tanto, esto demuestra que la mayoría de los trabajadores señalan que no hay comunicación ni se toma en cuenta la opinión de los trabajadores para la toma de decisiones debido que el empleador no tiene confianza en los conocimientos o habilidades de sus colaboradores lo que genera que se sientan desmotivados y que no reconozcan la labor que realizan, además no existe en la empresa una política mediante la cual se garantice que los trabajadores puedan sugerir o dar su opinión para influir en los cambios en el trabajo . Por lo tanto, las organizaciones deben tomar conciencia del importante papel que tiene los trabajadores para el logro de los objetivos empresariales, buscando una sinergia en la que ambas partes se ven beneficiadas.

Trabajo en equipo para la toma de decisiones: El 80.00 % de trabajadores señalan que nunca trabajan en equipo para la toma de decisiones (tabla 2) tal como lo señala Portero (2019) en su artículo denominado *Toma de Decisiones en Equipo* es fundamental para el éxito o fracaso de la empresa, también para mejorar y resolver algún problema hay decisiones que demandan de un nivel especializado de conocimientos, aunque el líder sea el responsable de tomar una decisión necesita de las opiniones de otros para realizar una evaluación. Esto demuestra que la mayoría de trabajadores manifestó que nunca se trabaja en equipo para la toma de decisiones debido a que no existen grupos de discusión de cómo el personal puede estar activamente involucrado en la mejora continua de los procesos. Al trabajar en equipo se mejora el ambiente de trabajo, los estándares

de productividad y sobre todo disminuyen los niveles de estrés.

Conocimientos de las políticas de la empresa: El 40.00 % señala que nunca han tenido conocimiento de las políticas de la empresa (Tabla 2) esto coincide con la investigación de Cruz (2022) quien señaló que él el 75.00% rara vez conoce las políticas, misión y visión de la empresa. Esto demuestra que la mayoría relativa de los trabajadores no conocen las políticas de la empresa debido que el representante de la empresa no ha fijado ni ha dado a conocer las políticas de manera escrita, ni expresa produciéndose una desorganización que afectará a la actividad de empresa, del mismo modo si las políticas no son las apropiadas puede ocasionar efectos negativos en el funcionamiento de la empresa tanto en la visión que tienen los clientes a los que queremos vender nuestros productos o servicios.

Una buena planificación permite alcanzar objetivos: El 90.00 % de los trabajadores señalaron que siempre una buena planificación permite alcanzar los objetivos de la empresa (Tabla 2) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizada por Ariza y Fechas (2019) donde afirmó que el 55% mencionan que hacen planificaciones para alcanzar los objetivos y metas. Esto demuestra que la mayoría de trabajadores indican que una buena planificación permite alcanzar los objetivos de la empresa ya que una buena planificación nos ayuda a proponer objetivos y cómo lo vamos hacer para alcanzarlos, también a dónde queremos ir, y que es lo que se va a realizar para llegar ahí, otra ventaja de

la buena planificación es que permite organizar mejor las áreas y recursos de la empresa, por lo tanto, coordinar mejor las tareas y actividades. De esta manera, evaluar resultado y comparar con lo que hemos planificado.

Recompensas, incentivo o reconocimiento por alcanzar objetivos: El 90.00 % de los trabajadores indican que nunca han recibido recompensas, reconocimiento o incentivos por alcanzar los objetivos (Tabla 2) este resultado contrasta con la investigación realizada por Viera (2019) el cual determino que el 50% consideró que el propietario siempre se preocupa por brindar los refuerzos y recompensas respectivos para que los colaboradores cumplan con sus labores respectivos con eficiencia y eficacia, esto demuestra que la mayoría de trabajadores indica que nunca han recibido recompensas, reconocimientos o incentivos esto se debe a la falta de motivación por parte del representante de la empresa hacia los trabajadores lo que genera que no cumplan con sus labores de manera eficiente , el no reconocer los esfuerzos que realizan los trabajadores para alcanzar tanto las metas como objetivos produce insatisfacción personal , hace que el trabajador no se sienta feliz en el trabajo y en su vida personal. Es importante que los trabajadores sepan que su trabajo es recompensado, e incentivado o reconocido y que su aportación es necesaria para el éxito de la empresa. si no se realiza ocasiona que el trabajador busque otro trabajo donde se sienta reconocido o valorado

Métodos de trabajo para el logro de los objetivos mejora continua: El 60.00 %

de trabajadores indicó que muy pocas veces la empresa utiliza métodos de trabajo para el logro de objetivos y mejora continua (Tabla 2) este resultado contrasta con la tesis de López (2019) quien determinó el 57.14% aplica métodos que significan mejora continua para la empresa, esto demuestra que mayoría de trabajadores muy pocas veces utiliza métodos para el logro de objetivos y mejora continua muchas empresas solo se centran en vender sus productos o servicios y se olvidan de aplicar métodos de trabajo para poder alcanzar los objetivos, asimismo no realizan una mejora continua en los procesos de producción lo que es algo negativo para empresa, generando pérdida de clientes.

Tabla 3. Características del servicio de atención al cliente en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.

Servicio de calidad, eficiente, eficaz y personalizado: El 49.61 % de los clientes señalaron que siempre la empresa brinda un servicio de calidad, eficaz y personalizado (Tabla 3), esto coincide con la tesis de Reymundo (2018) quien determinó que el 81% manifestó que el servicio que se le ofrece es eficaz. Pero este resultado contrasta con la investigación de Cruz (2022) quien señaló que el 100.00% consideran que casi siempre los procesos de atención son eficientes. Esto demuestra que la minoría de clientes determinaron que casi siempre se brinda un servicio de calidad, eficiente, eficaz y personalizado. Esto se debe a que la calidad del servicio brindado es vital ya que depende el éxito de la empresa o negocio, también ayuda a la fidelización y recomendación de los clientes. Hoy

en día los negocios o empresas no solo venden productos o servicios sino también expectativas, experiencias por ello es importante generar confianza y una buena calidad del servicio al cliente.

Se da solución a los problemas o reclamos que se le presentan: El 43.38% de los clientes indica que siempre se da solución al problema o reclamos que se presentan (Tabla 3) esto coincide con la investigación realizada por Pizarro (2019) quien determinó que el 83.00% manifestaron que si resuelve los reclamos de los clientes del mismo modo coincide con el estudio realizado por Arévalo (2020) el cual señaló que el 64.00% de los empleados de las empresas se encuentran dispuestos siempre de ayudar a los clientes y ser parte de su solución de ellos, además coincide con la tesis de Vélchez (2019) quien manifestó que 70.6% señaló que siempre el doctor muestra interés en solucionar y mejorar el problema, pero contrasta con la tesis de Cruz (2022) quien manifestó que el 66.67% casi siempre consideran que se resuelven sus dudas lo más pronto posible, también contrasta con la investigación de Guzmán (2020) quien indicó que el 83% no resuelve los reclamos emitidos por los clientes, esto demuestra que la minoría de clientes señala que casi siempre se da solución los problemas o reclamos que se le presentan. Ayudar a dar solución a los problemas que pueden tener los clientes es fundamental porque ellos notarán que son escuchados además debemos ser empáticos es decir ponernos en el lugar de ellos, generando fidelización, recomendación y su regreso al establecimiento.

Satisfacción con la atención brindada: El 53.51 % de los trabajadores indica que siempre se sienten satisfechos con la atención brindada (Tabla 3) esto coincide con la investigación realizada por Arévalo (2020) quien determinó que el 64% mencionaron que si se encuentran satisfechos con el servicio brindado, esto demuestra que la mayoría de clientes indicaron que casi siempre se sientes satisfechos con la atención brindada, que el cliente se sienta satisfecho con el servicio que se brinda es atractivo para la empresa o el negocio ya que genera referencias positivas, del mismo modo los clientes satisfechos volverán una y otra vez a la empresa. De esta manera las ganancias aumentan y aumenta el ciclo de vida del cliente. cabe destacar que, el cliente tiene la última palabra en la compra de un producto o servicio, por eso que las empresas buscan que sus productos y servicios superen sus expectativas y satisfacción para que el cliente regrese a consumir.

La Buena atención ayuda a la fidelización de los clientes y crecimiento de la empresa: El 98.18 % de los clientes señalaron que siempre una buena atención ayuda a la fidelización de los clientes y crecimiento de la empresa (Tabla 3) esto coincide con la investigación realizada por de Guzmán (2020) quien determinó que el 53% manifiesta que brindar una atención de calidad ayuda al crecimiento de la empresa, esto demuestra que la mayoría cuando fidelizamos al cliente cumpliendo sus expectativas, conociendo sus necesidades, brindándole una buena atención favorecemos a crear un cliente más leal y satisfecho, principio fundamentales para el éxito de la empresa.

La buena atención es fundamental para que el cliente regrese al establecimiento: El 98.70 % de los clientes indicaron que siempre la buena atención es fundamental para que el cliente regrese, el 1.30% de clientes indicaron que casi siempre la buena atención es fundamental para que el cliente regrese al establecimiento (Tabla 3) esto demuestra que la mayoría de clientes determinó que la buena atención es fundamental para que el cliente regrese al establecimiento. Si hay una buena atención el cliente siempre regresará al establecimiento esto es una ventaja económica para la empresa.

Tabla 4. Características de la satisfacción al cliente en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.

Medición del grado de satisfacción: El 77.14 % de clientes señaló que nunca se mide el grado de satisfacción mediante encuestas (Tabla 4) esto contrasta con la tesis de Arévalo (2020) quien señaló que en cuanto el 57% siempre realizan encuesta de satisfacción al cliente para medir el grado de calidad de entrega del producto. Esto demuestra que la mayoría de clientes indicaron que nunca se mide el grado de satisfacción del cliente mediante encuestas. Esto demuestra que la mayoría de clientes indican que nunca se mide el grado de satisfacción en la empresa, esto se debe que muchas empresas aún se niegan realizan este proceso de medición y no saben que es ventajoso porque ayuda a mejorar el producto o servicio, saber que tan satisfechos se sienten es fundamental para la empresa existen algunos métodos que podrían ayudar: Encuestas de satisfacción del cliente, La encuesta en una herramienta de excelente ayuda porque con ellas

podemos conocer datos o información precisa de los clientes de cómo fue su experiencia.

Cumple con las expectativas del servicio brindado: El 72.47 % de los clientes manifestaron que siempre se cumple con las expectativas del servicio brindado (Tabla 4) esto contrasta con la tesis de Viera (2019) quien señaló que el 34% consideró que la empresa a veces posee una eficiente estructura organizacional que cumple con las expectativas de los clientes para ofrecer un servicio de calidad. Esto demuestra que la mayoría de clientes indicaron que casi siempre se cumple con las expectativas del servicio brindado. Muchas empresas buscan superar esas expectativas que tiene los clientes, pero muy pocas lo logran, el motivo es que no saben escuchar, o no prestan atención a lo que los usuarios, asimismo cumplir con las expectativas ayuda a fidelizar a los consumidores,

Una buena atención trae beneficios: El 81.04 % de los clientes señalan que siempre una buena atención al cliente trae beneficios a la empresa y el 18.96 % indican casi siempre una buena atención trae beneficios a la empresa (Tabla 4). Esto demuestra que la mayoría de los clientes indican que una buena atención trae beneficios a la empresa, esto es debido a que hoy en día muchas organizaciones invierten un tener un protocolo de atención ya que es una herramienta eficaz y genera muchos beneficios como el éxito del establecimiento, rentabilidad, clientes satisfechos y la fidelización.

Recomendación de la empresa: El 96.88 % de los clientes manifiestan que

siempre recomendarían a la empresa (Tabla 4) esto contrasta con la investigación realizada por Quezada (2018) quien determinó que, el 71% de los encuestados no recomendarían Comercial La Feria, haciendo mucho énfasis en la atención al cliente. Esto demuestra que la mayoría de clientes señalan que casi siempre recomendarían la empresa esto se debe a la buena atención y a la calidad del servicio que se brinda en el establecimiento, en la actualidad los clientes reconocen el buen servicio, al lograr satisfacer a los usuarios ellos sin ninguna duda recomendaran a la empresa, lo que permite conquistar nuevos clientes y crecimiento de la empresa.

Aplicación de estrategias para el servicio al cliente: El 92.47 % de los clientes señalaron que siempre se aplica estrategias para un buen servicio al cliente (Tabla 4) esto coincide con la investigación realizada por Cárdenas y Yessid (2019) quien indicó que el 45% de clientes manifiestan que para tener un buen Servicio al cliente deben aplicar estrategias. Esto demuestra que la mayoría de clientes manifestó que siempre aplican estrategias para un buen servicio al cliente. Las empresas en la actualidad aplican muchas estrategias para el buen servicio al cliente con el objetivo de satisfacer y superar las expectativas que tienen los consumidores. De este modo plantear estrategias es esencial para mantener a los clientes fidelizados y de esta manera hacemos frente a la competencia.

VI. CONCLUSIONES

-La totalidad de trabajadores señalan que siempre la gestión de calidad garantiza un servicio eficiente, asimismo la mayoría indica que nunca la empresa ha implementado un eficiente sistema de gestión de calidad, además la mayoría algunas veces utilizan los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de calidad, de la misma forma la mayoría muy pocas veces cumple con el tiempo establecido en el horario de trabajo. Por lo tanto, se debe aplicar una gestión de calidad eficiente para beneficio de la organización de esta manera se cometerá menos errores en los procesos de producción, también la empresa debe brindar los recursos para que puedan alcanzar los objetivos, y si se cumplen los objetivos se garantiza el éxito del establecimiento.

-La mayoría de trabajadores indica que nunca se comunica ni se toma en cuenta al trabajador para la toma de decisiones, nunca se trabaja en equipo para la toma de decisiones, además la mayoría indica que siempre una buena planificación permite alcanzar los objetivos. Asimismo, la mayoría señala que nunca reciben recompensas, incentivos o reconocimientos por alcanzar objetivos, muy pocas veces se utilizan métodos de trabajo para el logro de objetivos y mejora continua. Además, se manifiesta que la minoría de trabajadores nunca tiene conocimientos de las políticas de la empresa. En la actualidad es fundamental incluir al trabajador en la toma de decisiones y trabajar en equipo, el empleador debe confiar en las habilidades o

conocimientos que tienen los colaboradores dejar que den su opinión respecto algún tema de este modo ayuda a elegir la decisión correcta, igualmente una buena planificación llevara al éxito a la empresa. Como trabajador conocer las políticas de la organización es lo primero que el empleador debe bajo ello se trabajará de una manera eficiente y eficaz. El recibir recompensas, incentivos o reconocimiento por parte de la empresa genera que el del trabajador se sienta motivado y valorados este se demostrará en el cumplimiento de objetivos trazados.

-La mayoría de clientes señala que siempre se siente satisfecho con la atención brindada, también la mayoría manifiesta que la buena atención ayuda a fidelizar y al crecimiento de la empresa, también la mayoría señala que la buena atención es fundamental para que el cliente regrese a la empresa. La minoría muestra que siempre se brinda un servicio de calidad, eficaz y personalizado, la minoría indica que siempre se da solución a los problemas o reclamos que se presentan a los consumidores. Brindar un servicio de calidad, eficaz y personalizado sin duda alguna ayuda a fidelizar al cliente, resolver los problemas o reclamos que se les puede presentar hace que el cliente se sienta escuchado, ser empáticos con ellos demuestra que importa el usuario. Ofrecer una buena atención significa que tu equipo está preparado, capacitado para llevar el éxito a la empresa.

-La mayoría de clientes señaló que nunca se mide el grado de satisfacción mediante encuestas, la mayoría indicó que siempre la empresa cumple con las expectativas del servicio brindado, asimismo la mayoría manifestó que siempre una buena atención al cliente trae beneficios a la empresa, también la mayoría siempre recomendaría a la organización y siempre se aplica estrategias para el servicio al cliente. Hoy en día medir el grado de satisfacción al cliente se ha convertido es parte fundamental, asimismo se puede brindar mejor experiencia al momento de consumir el servicio. La buena atención no solo ayuda a la fidelización, sino que también genera que recomienden al establecimiento, atraer nuevos clientes y aumentar la rentabilidad.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

- Implementar un sistema de gestión de calidad en la microempresa, enfocado en los clientes tomando en cuenta las expectativas de los clientes, liderazgo pues el líder es el responsable que todas las partes de la empresa trabajen en armonía, equipo, delegando actividades y supervisando los procesos, compromiso de los equipos no solo capacitar a los trabajadores para que se brinde un buen servicio sino también asegurarse que ellos se sientan satisfechos en el trabajo de esta manera aseguramos el éxito de la empresa. Integración de todos los colaboradores así hay una mejor comunicación entre todos, ofreciendo una experiencia integrada. Mejoramiento continuo es decir supervisión constante de cada proceso impulsando el desempeño de cada trabajador.
- Incentivar a los colaboradores a trabajar en equipo, comunicar y tomar en cuenta su opinión para elegir una correcta decisión a través de reuniones o sesiones donde se realicen lluvia de ideas, debates y crear una política mediante la cual lo trabajadores puedan dar sugerencias respecto algún tema y ser tomadas en cuenta para garantizar los cambios dentro de la empresa.
- Incentivar a los trabajadores mediante el reconocimiento de sus esfuerzos que realizan día a día, mediante recompensas o aumentos salariales, aplicar estrategias de motivación, brindar los recursos necesarios a los colaboradores como herramientas para cumplir sus funciones y objetivos trazados. Así ellos se sentirán valorados, y evitamos que lleguen desmotivados, y cometan errores.

PLAN DE MEJORA PARA LA MICROEMPRESA DE REVISIONES TÉCNICA CERTIFICA DEL NORTE S.A.C. DISTRITO DE PIURA, 2022.

Datos generales

- **Nombre o razón social:** Certifica del Norte S.A.C
- **Giro de la empresa:** Servicios
- **Dirección:** Mz A05 lote 40 PQ.IN. Zona Industrial Piura
- **Nombre del representante:** María Luisa Franco Vargas
- **Historia:** Certifica del Norte S.A.C fue la primera empresa en la Región Piura dedicada a las Revisiones Técnicas desde el año 2012, cuenta con 01 Línea de Inspección técnica vehicular tipo mixta. Dos hermanos trujillanos formaron la empresa con miras a un futuro de ser una cadena de plantas de inspecciones vehiculares.

1. Misión

Somos una empresa dedicada a realizar inspecciones técnicas vehiculares través de la supervisión, con ello prevenir y reducir los índices de accidentes vehiculares generados por desperfectos mecánicos. Satisfacer las necesidades del cliente con servicios de la más alta calidad y maximizar el valor de la empresa para los accionistas.

2. Visión

Ser un Centro de Inspección Técnica Vehicular líder, preocupado por elevar los estándares de seguridad en las carreteras del Perú y contribuir con la reducción de la contaminación ambiental producido por los gases emitidos por los vehículos.

3. Objetivos

- Brindar y avalar un entorno con condiciones y equipos de trabajo seguros, así como una formación que proporcione a nuestros empleados el conocimiento y la información necesarios para realizar de forma segura sus tareas asignadas. -Satisfacer las expectativas de nuestros clientes y socios estratégicos mediante la aplicación de principios de calidad probados en todos los niveles de nuestro proceso de prestación de servicios, y guiarnos por los principios de ética y Conducta Profesional.

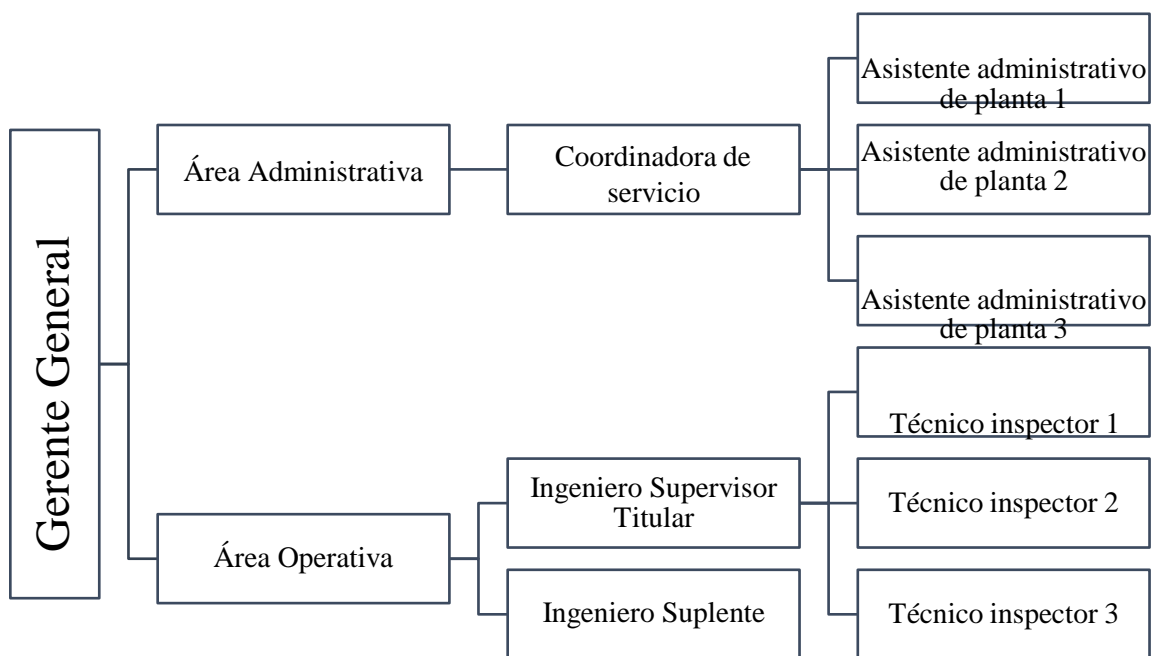
- Buscar siempre la optimización de nuestros procesos de inspección y de atención al cliente, manteniendo al mismo tiempo nuestra excelencia en calidad.

- Evaluación continua y atención a la aparición de nuevas tecnologías y a las tendencias que afecten a nuestros equipos de inspección, servicios y clientes. Proteger la salud y la seguridad de nuestros empleados, clientes y terceros.

4. Productos y/o servicios

La empresa Certifica del Norte S.A.C brinda el servicio de Revisiones Técnicas Vehiculare.

5. Organigrama



6. Descripción de funciones

Gerencia	
Cargo	Gerente General
Perfil	<ul style="list-style-type: none">- Conocimiento en administración- Tener capacidades comunicativas y de liderazgo.

Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. - Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo. - Plantear metas, objetivos y estrategias de mejora.
Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 1 año. - Estudios técnicos o universitarios. - Conocer los estados financieros. - Capacidad para aprender con rapidez. - Office avanzado. - Capacidad de comunicarse y trabajar en equipo.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Administrar adecuadamente los recursos financieros para realizar las operaciones de compras de materia prima, equipos y maquinarias; y efectuar los pagos al personal y a terceros. - Llevar un control adecuado de los ingresos y egresos de la empresa. - Apoyar al gerente en la elaboración de planes estratégicos. - Realizar estudios de mercados. - Evaluar la situación financiera de la empresa para la toma de decisiones. - Realizar estrategias de promoción.

Cargo	Coordinadora de servicio
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 1 año - Ser comunicativa y trabajar en equipo. - Ser proactiva y trabajar bajo presión - Conocimientos del office.
Cargo	Asistente administrativo de planta

Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 1 año. - Capacidad para aprender con rapidez. - Office avanzado. - Capacidad de comunicarse y trabajar en equipo.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar información, apoyo a los usuarios, así como verificar la conformidad documental de los vehículos de los usuarios, conforme a la normatividad que rige las citv. - Digitación de documentos
Área operativa	
Cargo	Ingeniero supervisor / Ingeniero suplente
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima 5 años - Título profesional - Certificado de habilidad vigente. - Tener capacidades comunicativas y de liderazgo.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable de la operatividad de la planta, que los equipos se encuentren en debido estado. - Funcionamiento, dirigir a los técnicos de revisiones de citv a su cargo, verificar que las actividades de revisión y certificación vehicular se realice conforme a las normas técnicas del MTC y la ley, en merito a lo cual emitirá el certificado.

Cargo	Técnico inspector
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima 3 años - Título profesional - Acreditato ante el MTC

Funciones	<ul style="list-style-type: none">- Realizar las labores de inspección, verificación documentaria, inspección visual y mecánica de los vehículos, conforme a la normatividad que rige las itv.
------------------	--

7. Diagnostico general

<p>ANALISIS FODA</p>	<p>Oportunidades</p> <p>O1. Nivel de diferenciación del producto.</p> <p>O2. Sistema de información en línea de acuerdo a lo establecido en el reglamento de ITV.</p> <p>O3. La buena situación económica y financiera de la empresa, es una fortaleza para su crecimiento.</p> <p>O4. Capacidad de crecimiento generado por las relaciones con proveedores y acreedores.</p> <p>O5. Necesidad de los clientes de tener una inspección técnica para contribuir a la mejora social</p>	<p>Amenazas</p> <p>A1. Número total de competidores en el sector.</p> <p>A2. Capital desplegado por las empresas competidoras, para generar los mismos servicios</p> <p>A3. Cambios adversos en las políticas gubernamentales que rigen el país.</p> <p>A4. La planta de la empresa no se encuentra situada en lugar estratégico.</p> <p>A5. Creciente poder de negociación de los clientes.</p>
<p>Fortalezas</p> <p>F1. Estructura organizacional adecuada, lo que permite una delegación adecuada de funciones.</p> <p>F2. Estructura arquitectónica de la empresa conforme al reglamento de CITV.</p>	<p>Estrategias F-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crear alianzas con nuevos proveedores para tener más opciones de afluencia de clientes (F4, O4) - Brindar una atención personalizada a los clientes, haciéndolos sentir cómodos desde su ingreso y salida del local. (F3, O1) - Ofrecer descuentos a los clientes. (F3, O1) 	<p>Estrategias F-A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fidelizar al cliente con el excelente servicio que se tiene en la empresa. (F3, A1) - Dar a conocer las bondades que tiene la empresa como las maquinas e inmobiliario de última generación, sería un beneficio para la empresa ya que la

<p>F3. Excelente calidad de servicio.</p> <p>F4. Inmobiliario y máquinas modernas, conforme a lo establecido en el reglamento CITV.</p> <p>F5. Fortalecimiento del tema ético y moral en los trabajadores de la empresa</p>	<p>-Apertura nuevas plantas de revisiones técnicas en otras ciudades aprovechando la buena situación económica de la empresa brindando, con la misma calidad del servicio. (F3, O3)</p>	<p>competencia no cuenta con maquinarias modernas. (F4,A1).</p>
<p>Debilidades</p> <p>D1. Poca frecuencia de las actividades publicitarias.</p> <p>D2. La empresa no tiene definidos ni limitados los objetivos a lograr.</p> <p>D3. La empresa no aplica los 4 procesos administrativos fundamentales.</p> <p>D4. No lleva un análisis de la adecuada retribución económica de los empleados.</p> <p>D5. Rotación del personal</p>	<p>Estrategias D-O</p> <p>Realizar publicidad, marketing, ofertas aprovechar las redes sociales para generar más ingresos. (D1, O3)</p> <p>-Incentivar a los trabajadores monetariamente reconociendo los esfuerzos que realizan para el logro de los objetivos. (D4, O3)</p>	<p>Estrategias D.A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definir los objetivos de la empresa para lograr los resultados esperados, a donde estamos y a donde queremos llegar. (D2, A1) - Tener una correcta planificación, organización, dirección y control para enfrentar los cambios políticos que atraviesa el país. (D3, A3)

Nota: Elaboración propia.

8. Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la empresa Certifica del Norte SAC
- Implementación de un sistema eficiente de gestión de calidad	- En la empresa no implementa un sistema de gestión de calidad, la falta de compromiso y conocimientos por parte del representante y del área administrativa causan que no haya una mejora continua en los procesos, una mala planeación y organización.
-Satisfacción con los recursos brindados	-Los colaboradores no se sienten satisfechos con los recursos brindados, el administrador se centra en los clientes y deja de lado a los trabajadores, no se brindan los recursos necesarios lo que genera que no puedan cumplir con sus funciones y de esta manera nunca alcanzan los objetivos .
-Cumplimiento con el tiempo en el horario establecido en el trabajo	No se cumple con el horario de salida, ya que ingresan vehículos después de la hora de salida establecida, tiempo extra que utilizan en atender a los clientes no son pagados.
No se comunica ni se toma en cuenta a los colaboradores para la toma de decisiones	El administrador no comunica a los trabajadores las decisiones tomadas, no se toma en cuenta las opiniones o sugerencias de los colaboradores. No se trabaja en equipo para elegir una correcta decisión.
Recompensas, incentivos o reconocimiento por alcanzar objetivos	La empresa no reconoce los esfuerzos que realizan los trabajadores para alcanzar los objetivos, no se les da recompensas ni se les incentivan monetariamente.
Conocimiento de las políticas de la empresa	Los trabajadores no saben cuáles son las políticas de la empresa, no están plasmadas en escrito y se les da a conocer dichas políticas

Métodos de trabajo para el logro de los objetivos y mejora continua	La empresa no tiene métodos de trabajo para alcanzar los objetivos y mejora continua, falta de conocimientos sobre los métodos que hay para alcanzar los objetivos.
Medición del grado de satisfacción del cliente mediante encuestas	La empresa se centra el servicio, pero no en la medición de la satisfacción de sus clientes.

9. Problemas

Indicadores	Problemas	Causas del problema
- Implementación de un sistema eficiente de gestión de calidad	El 80% de los trabajadores indica que nunca se ha implementa un eficiente sistema de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> -Ineficiente organización económica - Falta de compromiso por parte del gerente -Planeación inadecuada del área administrativa. -Desconocimiento de gestión de calidad. -Falta de liderazgo
-Satisfacción con los recursos brindados	El 60% de los trabajadores indica que algunas veces se sienten satisfechos con los recursos brindados por la empresa	<ul style="list-style-type: none"> -Falta de compromiso por parte del administrador y representante al identificar cuáles son los recursos. -Mala planificación. -No dar importancia a los trabajadores.
-Cumplimiento con el tiempo en el horario establecido en el trabajo .	El 60 % de trabajadores considera que muy pocas veces cumplen con el horario establecido	<ul style="list-style-type: none"> -No se respeta el horario de salida. -Permitir que los vehículos ingresen después del horario de salida. -No se reconocen las horas extras.
No se comunica ni se toma en cuenta la opinión de los colaboradores para la toma de decisiones	El 70 % indica que nunca se comunica las decisiones tomadas	<p>Los empleadores no toman en cuenta a los colaboradores para la toma de decisiones debido a la falta de confianza o porque no conocen las habilidades o conocimientos de sus trabajadores</p> <ul style="list-style-type: none"> -Falta de motivación.
Recompensas, incentivos o reconocimiento por alcanzar objetivos	El 90% de los trabajadores indica que nunca han recibido recompensas por alcanzar los objetivos de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> -El empleador no muestra interés hacia sus colaboradores o no valora el esfuerzo que realizan. - Les dan más importancia a los clientes que a sus colaboradores.
Conocimiento de las políticas de la empresa	El 40 % manifiesta que nunca han conocido las políticas de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> -La empresa no tiene por escrito las políticas de la empresa. -No se brinda información sobre las

		<p>políticas.</p> <p>-No dan importancia a las políticas de la empresa</p>
<p>Métodos de trabajo para el logro de los objetivos y mejora continua</p>	<p>El 60% indica que muy pocas veces se emplean métodos para el logro de objetivos y mejora continua</p>	<p>-El área administrativa no considera la mejora continua como herramienta fundamental</p> <p>-No se supervisa las áreas con deficiencia.</p> <p>-No se identifican errores.</p> <p>-Falta de conocimiento sobre los métodos para alcanzar objetivos.</p>
<p>Medición del grado de satisfacción del cliente mediante encuestas</p>	<p>El 77.14% de los clientes indican que nunca se ha medido el grado de satisfacción</p>	<p>-La empresa solo se centra en el servicio mas no en medir la satisfacción del cliente.</p> <p>-Desconocimiento de cómo se puede medir el grado de satisfacción.</p>

Nota: Elaboración propia

10. Establecer soluciones

Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problemas	Acción de mejora
- Implementación de un sistema eficiente de gestión de calidad	El 80% de los trabajadores indica que nunca se ha implementa un eficiente sistema de gestión de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación de lo que es gestión de calidad. -Identificar y evaluación de las áreas donde hay ineficiencia para la mejora. -Mejorar la comunicación, planeación y organización en el área administrativa. - Establecer objetivos para saber a dónde queremos llegar
-Satisfacción con los recursos brindados	El 60% de los trabajadores indica que algunas veces se sienten satisfechos con los recursos brindados por la empresa	<ul style="list-style-type: none"> -Priorizar al trabajador generando confianza para que cumpla con sus funciones. -Tener comunicación directa con los trabajadores dándoles la confianza para que ellos puedan expresar sus quejas
-Cumplimiento con el tiempo en el horario establecido en el trabajo .	El 60 % de trabajadores considera que muy pocas veces cumplen con el horario establecido	<ul style="list-style-type: none"> -Fijar y cumplir el horario de salida. -Reconocer o pagar las horas extras.
No se comunica ni se toma en cuenta a los colaboradores para la toma de decisiones	El 70 % indica que nunca se comunica las decisiones tomadas	<ul style="list-style-type: none"> -Crear una política mediante la cual se garantice que los trabajadores puedan dar sus sugerencias a traves de reuniones o sesiones para influir en los cambios en el centro de trabajo. -Exhortar a los colaboradores para que presenten sus ideas sobre la mejora de las tareas laborales, mediante breves sesiones de sugerencias o la conformación de equipos de análisis

		-Proporcionar información y capacitación al personal para ayudarlos en el proceso de toma de decisiones.
Recompensas, incentivos o reconocimiento por alcanzar objetivos	El 90% de los trabajadores indica que nunca han recibido recompensas por alcanzar los objetivos de la empresa	-Establecer estrategias para el reconocimiento de los trabajadores como el trabajador del mes. -Dar bonos - Ofrecer incentivos en fechas especiales
Conocimiento de las políticas de la empresa	El 40 % manifiesta que nunca han conocido las políticas de la empresa	-Dar a conocer a los trabajadores las políticas. - Plasmar las políticas de la empresa un lugar donde esté al alcance de todos.
Métodos de trabajo para el logro de los objetivos y mejora continua	El 60% indica que muy pocas veces se emplean métodos para el logro de objetivos y mejora continua	-Retroalimentación y revisión de los pasos en cada proceso. -Evaluación de los objetivos que se pretenden alcanzar. -Mantener un buen clima laboral. Comunicación constante jefe trabajador.
Medición del grado de satisfacción del cliente mediante encuestas	El 77.14% de los clientes indican que nunca se ha medido el grado de satisfacción	-Diseñar herramientas para poder medir la satisfacción como la aplicación de encuestas. -Identificar correctamente los indicadores para medir la satisfacción

Nota: Elaboración propia

11. Recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación de lo que es gestión de calidad. -Contratar personal capacitado en la gestión de calidad -Identificar y evaluación de las áreas donde hay ineficiencia para la mejora. -Mejorar la comunicación, planeación y organización en el área administrativa. - Establecer objetivos para saber a dónde queremos llegar 	Gerente y personal	S/. 2,500.00	Internet Computadora Proyector	4 meses
2	<ul style="list-style-type: none"> -Priorizar al trabajador generando confianza para que cumpla con sus funciones, reuniones constantes. -Tener comunicación directa con los trabajadores dándoles la confianza para que ellos puedan expresar sus quejas 	Administrador y personal	S/,200.00	Internet Computadora Celulares	2 meses
3	<ul style="list-style-type: none"> -Fijar y cumplir el horario de salida. -Reconocer o pagar las horas extras. - 	Gerente	S/. 2,000.00	-Internet - Computadora	4 meses
	<ul style="list-style-type: none"> -Crear una política mediante la cual se garantice que los trabajadores puedan dar sus sugerencias a través de reuniones o sesiones para influir en los cambios en el centro de trabajo. -Exhortar a los colaboradores para que 	Gerente y Administrador	S/. 2,000.00	Internet Computadora Celulares Proyector	2 meses

4	<p>presenten sus ideas sobre la mejora de las tareas laborales, mediante breves sesiones de sugerencias o la conformación de equipos de análisis</p> <p>-Proporcionar información y capacitación al personal para ayudarlos en el proceso de toma de decisiones.</p>				
5	<p>-Establecer estrategias para el reconocimiento de los trabajadores como el trabajador del mes.</p> <p>-Dar bonos</p> <p>- Ofrecer incentivos en fechas especiales</p>	Administrador y personal	S/. 1,200.00	Internet Computadora Celulares Proyector	2 meses
6	<p>-Dar a conocer a los trabajadores las políticas.</p> <p>- Plasmar las políticas de la empresa un lugar donde esté al alcance de todos.</p>	Gerente y administrador	S/. 100.00	Internet Computadora Celulares Proyector	1 semana
7	<p>-Retroalimentación y revisión de los pasos en cada proceso.</p> <p>-Evaluación de los objetivos que se pretenden alcanzar.</p> <p>-Mantener un buen clima laboral.</p> <p>Comunicación constante jefe trabajador.</p>	Administrador	S/. 800.00	Internet Computadora Celulares Proyector	2 meses
8	<p>-Diseñar herramientas para poder medir la satisfacción como la aplicación de encuestas.</p> <p>-Identificar correctamente los indicadores para medir la satisfacción.</p>	Administrador Clientes	S/. 900.00	Internet Computadora Celulares Proyector	2 meses

N ^a	Estrategias	Fecha	Término	Año 2022															
				NOVIEMBR				DICIEMBR				ENERO				FEBRERO			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
01	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación de lo que es gestión de calidad. -Contratar personal capacitado en la gestión de calidad -Identificar y evaluación de las áreas donde hay ineficiencia para la mejora. -Mejorar la comunicación, planeación y organización en el área administrativa. - Establecer objetivos para saber a dónde queremos llegar 			X															
02	<ul style="list-style-type: none"> -Priorizar al trabajador generando confianza para que cumpla con sus funciones, reuniones constantes. -Tener comunicación directa con los trabajadores dándoles la confianza para que ellos puedan expresar sus quejas 							X											
03	<ul style="list-style-type: none"> -Fijar y cumplir el horario de salida. -Reconocer o pagar las horas extras. 							X											
04	<ul style="list-style-type: none"> -Crear una política mediante la cual se garantice que los trabajadores puedan dar sus sugerencias a través de reuniones o sesiones para influir en los cambios en el centro de trabajo. -Exhortar a los colaboradores para que presenten sus ideas sobre la mejora de las tareas laborales, 										X								

N ^a	Estrategias	Fecha	Término	Año 2022															
				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	mediante breves sesiones de sugerencias o la conformación de equipos de análisis -Proporcionar información y capacitación al personal para ayudarlos en el proceso de toma de decisiones.																		
05	-Establecer estrategias para el reconocimiento de los trabajadores como el trabajador del mes. -Dar bonos - Ofrecer incentivos en fechas especiales.											x							
06	-Dar a conocer a los trabajadores las políticas. - Plasmear las políticas de la empresa un lugar donde esté al alcance de todos.													X					
07	-Retroalimentación y revisión de los pasos en cada proceso. -Evaluación de los objetivos que se pretenden alcanzar. -Mantener un buen clima laboral. Comunicación constante jefe trabajador.														x	X			
08	Diseñar herramientas para poder medir la satisfacción como la aplicación de encuestas. -Identificar correctamente los indicadores para medir la satisfacción.																X		
																		X	

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arenal, C. (2019). *Atención básica al cliente*. MF1329. Editorial Tutor Formación.

Balcázar, T.M. (2019) en su tesis *Características de la gestión de calidad y atención al cliente, en Cetpro La Católica, en el distrito de Sullana, año 2019*. Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración

Broncano, M.C (2019) en su Tesis *Gestión de calidad y Atención al cliente de las mype rubro Hospedajes en la provincia de Ayabaca, año 2019*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración.

Calidad – Gestión de calidad – Control de calidad –
Aseguramiento de la calidad – ISO 9001

Cárdenas, J. (2018). *Investigación Cuantitativa*. Universidad de Valencia
<https://www.researchgate.net/publication/337826972>

Cárdenas, J. (2018). *Investigación Cuantitativa*. Universidad de Valencia.
<https://www.researchgate.net/publication/337826972>

Carrión, A. Carot, J. M. y Jabaloyes Vivas, J. (2020). *Introducción a la gestión de la calidad*. Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/165233>

Cunyarache, F. A. (2018). en su tesis *Caracterización de Capacitación y Atención al Cliente en las mype comercializadoras de productos textiles-centro de Piura, 2018*, Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración

Da Silva, D. (2021). *Guía de satisfacción del cliente: conceptos, tips y técnicas*.

Douglas, D. (2020). *4 principales ventajas de garantizar calidad y satisfacción del cliente*.

Escuela Europea de Excelencia. (2020). *¿Qué es la gestión de calidad?* <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/08/que-es-la-gestion-de-la-calidad/>

Fresno, C. (2019). *Metodología de investigación: así de fácil*. El Cid Editor. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/98278>

Gabarro, J. S. (2019). *Principios de gestión de calidad*. Norma Iso. <https://iso.cat/es/principios-de-gestion-de-la-calidad/>

Garrido, J. (2020). *Los 5 pasos definitivos para solucionar problemas*. Herramientas de Gestión.
<https://www.garridofreshmentoring.com/5-pasos-solucionar-problemas/>

Garrido, J. (2020). *Los 5 pasos definitivos para solucionar problemas*. Herramientas de Gestión.
<https://www.garridofreshmentoring.com/5-pasos-solucionar-problemas/>

Gómez, N. J (2020) en la Tesis Gestión de Calidad bajo el enfoque en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en el distrito de la Esperanza - Trujillo año 2018. Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración

Gonzales, B. (2020). *¿Qué es Servicios?*
<https://www.billin.net/glosario/definicion-servicios/>
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000048833>
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000052154>

José Pozo Mateo says: 2020 Fidelización de clientes. Definición y cómo funciona

López, L. (2018). 10 artículos de ferretería que no deben faltar en el hogar.:
<https://www.construccionelnuevodia.com/noticia/10-articulos-de-ferreteria-que-no-deben-faltar-en-el-hogar/>

Montalban, R.F (2018) en la Tesis Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad en las mype rubro restaurantes del AA.H.H Almirante Miguel Grau-Piura año 2018. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración

Ortega, C. (2017). *¿Cuál es la importancia de las mypes en la economía colombiana?* <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/mundo-pyme/la-importancia-de-las-pymes-en-Colombia>

Peiró, Rosario. (2018). *Satisfacción del cliente. Economipedia.*

<https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>

Pozo, P.W (2020) en la Tesis Competitividad y atención al cliente de las mype rubro restaurantes Urb. Santa Isabel Piura - Piura, año 2019. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración.

Ramos, S. R (2020) en su tesis Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las mype rubro Pollerías del distrito la Arena Piura, año 2020. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración.

Servicio de atención al cliente: definición, tipos y mejores herramientas

Vílchez, S. W (2019) Características de la calidad de servicio y atención al cliente en el Consultorio Integral Virgen del Cobre, distrito de Ignacio Escudero, año 2018. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración.

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2022															
		JULIO				AGOSTO				SPTIEMBRE				OCTUBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X	X	X	X												
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación				X												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación					X											
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor						X										
5	Mejora del marco teórico							X									
6	Redacción de la revisión de la literatura.								X								
7	Elaboración del consentimiento informado (*)									X							
8	Ejecución de la metodología										X						
9	Resultados de la investigación											X					
10	Conclusiones y recomendaciones											X	X				
11	Redacción del pre informe de Investigación.										X	X					
12	Reacción del informe final													X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X			
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														X	X	
15	Redacción de artículo científico															X	

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros			
- Impresiones	0.30	50	15.00
- Fotocopias	0.10	70	7.00
- Empastado	12.00	1	12.00
- Papel bond A-4 (250 hojas)	5.50	1	5.50
- Lapiceros	0.70	3	2.10
Servicios			
- Uso del Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			141.60
Gastos de viajes			
- Pasajes para recolectar información	4.00	4	16.00
Gastos de servicios en casa			
- Luz eléctrica	80.00	1	70.00
- Internet	69.90	1	69.90
Sub total			165.90
Total de presupuesto desembolsable			307.50
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
- Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
- Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
- Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
- Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
- Sub total			400.00
Recurso humano			
- Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
- Sub total			252.00
Total presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			959.50

Anexo 3: Ficha Remype



PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

REMYPE

Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa

CONSULTA DEL REGISTRO NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

REGISTRO NACIONAL DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA - REMYPE							
(Desde el 20/10/2008)							
Nº DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	FECHA SOLICITUD	ESTADO/CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	SITUACIÓN ACTUAL	RESOLUCIÓN / OFICIO DGPE	FECHA DE BAJA / CANCELACIÓN
20603373163	CERTIFICA DEL NORTE S.A.C.	15/08/2018	ACREDITADO COMO MICRO EMPRESA	17/08/2018	ACREDITADO	--- --- ---	--- --- ---

REGISTRO NACIONAL DE EMPRESAS ACOGIDAS AL REGIMEN ESPECIAL LABORAL - LEY 28015			
(Hasta el 19/10/2008)			
Nº DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	ESTADO	FECHA
NO SE ENCONTRARON RESULTADOS PARA ESTA BUSQUEDA			

Anexo 4: Constancia de autorización o permiso dela empresa.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta s/n° 001- 2022-ULADECH CATÓLICA

Sra. María Luisa Franco Vargas
Gerente General de Certifica del Norte SAC

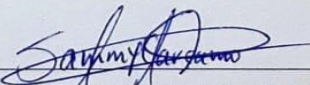
Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la carta tiene por finalidad presentarme, SAMMY PATRICIA CARCAMO MONTEJO con código de matrícula N° 1211090038, de la Carrera Profesional de Administración, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado: "PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA MICROEMPRESA DE REVISIONES TÉCNICAS CERTIFICA DEL NORTE S.A.C, DISTRITO DE PIURA, 2022", durante los 4 meses (julio- octubre) del presente año.

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


Atentamente,



CARCAMO MONTEJO SAMMY


DNI. N° 45883007

Código:1211090038



CERTIFICA DEL NORTE S.A.C.
CERTIFICA DEL NORTE S.A.C.
.....
María Luisa Franco Vargas De Burgos

Anexo 5: Consentimiento informado (trabajadores)


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 gestión de calidad y atención al cliente de la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte SAC, distrito de Piura, 2022** y es dirigido por **Sammy Patricia Cárcamo Montejo**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Establecer un Plan de Mejora en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica Del Norte SAC, distrito de Piura, 2022.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 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.

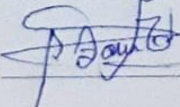
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico o llamada telefónica. Si desea, también podrá escribir al correo **samm30_8921@hotmail.com** para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

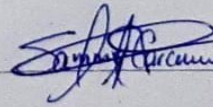
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: ALBERTO ANCEL ZANORA TERAN

Fecha: 25/08/2022

Correo electrónico: alberto.zanora324@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

CIEI VERSION 001 Aprobado 24-07-2020

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 gestión de calidad y atención al cliente de la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte SAC, distrito de Piura, 2022** y es dirigido por **Sammy Patricia Cárcamo Montejo**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Establecer un Plan de Mejora en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica Del Norte SAC, distrito de Piura, 2022.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 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.

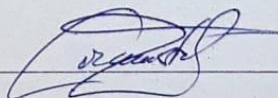
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico o llamada telefónica. Si desea, también podrá escribir al correo **samm30_8921@hotmail.com** para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

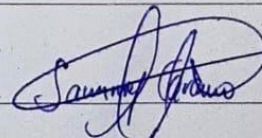
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: EDUI MUÑOZ VOREGS.

Fecha: 25/08/22

Correo electrónico: edui_blade2287@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

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 gestión de calidad y atención al cliente de la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte SAC, distrito de Piura, 2022** y es dirigido por **Sammy Patricia Cárcamo Montejo**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Establecer un Plan de Mejora en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica Del Norte SAC, distrito de Piura, 2022.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 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.

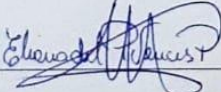
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico o llamada telefónica. Si desea, también podrá escribir al correo **samm30_8921@hotmail.com** para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

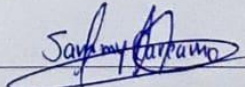
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Eliana DEL PIUR JENCES PINGO

Fecha: 25 - de agosto del 2022

Correo electrónico: eliana.jences.1504@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

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 gestión de calidad y atención al cliente de la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte SAC, distrito de Piura, 2022** y es dirigido por **Sammy Patricia Cárcamo Montejo**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Establecer un Plan de Mejora en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica Del Norte SAC, distrito de Piura, 2022.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 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.

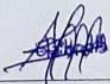
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico o llamada telefónica. Si desea, también podrá escribir al correo **samm30_8921@hotmail.com** para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

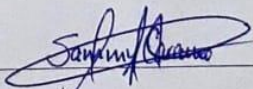
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Fiorella Geraldine Mechato Sandoval

Fecha: 25/08/2022

Correo electrónico: mechatofiorella@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

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 gestión de calidad y atención al cliente de la microempresa de Revisiones Técnicas Certificada del Norte SAC, distrito de Piura, 2022** y es dirigido por **Sammy Patricia Cárcamo Montejo**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Establecer un Plan de Mejora en la microempresa de Revisiones Técnicas Certificada Del Norte SAC, distrito de Piura, 2022.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 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.

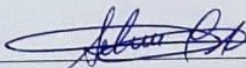
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico o llamada telefónica. Si desea, también podrá escribir al correo **samm30_8921@hotmail.com** para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

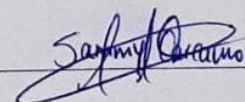
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: SILVIA MARLENY CASTILLO ALOCHE

Fecha: 25/08/2022

Correo electrónico: SILVIAMARLENYCA@HOTMAIL.COM

Firma del participante:  961968124

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Consentimiento informado (clientes)

Anexo 4: Consentimiento informado



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 de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente de la micro Empresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022** y es dirigido por Cárcamo Montejo Sammy Patricia investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 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 su correo electrónico o por llamada telefónica. Si desea, también podrá escribir al correo sammy30_8921@hotmail.com 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: Anderson Casanova Zapata

Fecha: 26/08/2022

Correo electrónico: _____

Firma del participante: Casanova Zapata

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Sammy Cárcamo

Anexo 4: Consentimiento informado



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 de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente de la micro Empresa de Revisiones Técnicas Certificada del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022** y es dirigido por Cárcamo Montejo Sammy Patricia investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 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 su correo electrónico o por llamada telefónica. Si desea, también podrá escribir al correo sammy30_8921@hotmail.com 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: FROEBEL ROMIREZ QSEDA
Fecha: 26/08/2022
Correo electrónico: PI420233565
Firma del participante: [Firma]
Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Anexo 6: Instrumento de recolección de datos



Cuestionario se aplicará a los trabajadores y clientes de la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022.

INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcar con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a las siguientes alternativas.

Respecto a la Variable Gestión de Calidad

	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
N°	Ítems				Alternativa
VI: Gestión de Calidad					
D1: Optimizar (Eficiente, Recursos, Tiempo)					
1	¿Considera usted que se aplica un eficiente sistema de gestión de calidad?				1 2 3 4 5
2	¿Considera que la buena gestión de calidad garantiza un servicio eficiente?				1 2 3 4 5
3	¿la empresa utiliza los recursos necesarios para alcanzar los objetivos?				1 2 3 4 5
4	¿Considera usted que la empresa cumple con el tiempo de horario establecido en el trabajo?				1 2 3 4 5

D2: Planeación (Decisiones, Políticas, Objetivos y Métodos)						
5	¿La empresa comunica se toma en cuenta las opiniones de los colaboradores para la toma de decisiones?	1	2	3	4	5
6	¿Usted considera que la empresa trabaja en equipo para tomar las decisiones correctas?	1	2	3	4	5
7	¿Conoce las políticas de la empresa?	1	2	3	4	5
8	¿Cree usted que una buena planificación permitirá alcanzar los objetivos ?	1	2	3	4	5
9	¿Han recibido recompensa, incentivos o reconocimientos por alcanzar los objetivos de la empresa?	1	2	3	4	5
10	¿La empresa propone a los colaboradores métodos de trabajo para el logro de los objetivos y la mejora continua?	1	2	3	4	5

	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)					
N°	Ítems					Alternativa				
V1: Atención al Cliente										
D1: Servicio al Cliente (Servicio, Problema, Satisfacción, Fidelizar y Establecimiento)										
1	¿Usted considera que la empresa brinda un servicio de calidad, eficaz y personalizado?					1	2	3	4	5
2	¿Cuándo tiene algún problema o reclamo la empresa le ayuda a solucionarlo?					1	2	3	4	5
3	¿Usted se siente satisfecho con la atención brindada?					1	2	3	4	5
4	¿Considera que una buena atención ayuda a fidelizar a los clientes?									
5	¿Cree que una buena atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento?					1	2	3	4	5
D2: Satisfacción al cliente (Medir, Expectativa, Beneficios, Recomendar y Estrategias)										
6	¿La empresa mide el grado de satisfacción del cliente, mediante encuestas ?					1	2	3	4	5
7	¿Usted considera que la empresa cumple con sus expectativas del servicio brindado?					1	2	3	4	5
8	¿Considera usted que una buena atención al cliente trae beneficios a la empresa?					1	2	3	4	5
9	¿Usted recomendaría a la empresa?					1	2	3	4	5
10	¿La empresa aplica estrategias para el servicio al cliente?					1	2	3	4	5

Anexo 7: Validación de expertos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Suarez Carrasco

Fernando.

1.2. Grado Académico: Doctor

1.3. Profesión: Licenciado en Ciencias Administrativas

1.4. Institución donde labora: Universidad Nacional de Piura

1.5. Cargo que desempeña: Profesor Principal

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Carcamo Montejo Sammy Patricia

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN

Variable 1: Gestión de calidad

Ítems correspondientes al instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Optimizar							
1.-¿Usted considera que la empresa brinda un servicio de calidad, eficaz y personalizado?	x		x		x		
2.-¿Cuándo tiene algún problema o reclamo	x		x		x		

la empresa le ayuda a solucionarlo?							
3.-¿Usted se siente satisfecho con la atención brindada?	x		x		x		
4.-¿Considera que una buena atención ayuda a fidelizar a los clientes?	x		x		x		
Dimensión 2: Planeación							
5.-¿La empresa comunica se toma en cuenta las opiniones de los colaboradores para la toma de decisiones?	x		x		x		
6.-¿Usted considera que la empresa trabaja en equipo para tomar las decisiones correctas?	x		x		x		
7.-¿Conoce las políticas de la empresa?	x		x		x		
8.-¿Cree usted que una buena planificación permitirá alcanzar los objetivos ?	x		x		x		
9.-¿Han recibido recompensa, incentivos o reconocimientos por alcanzar los objetivos de la empresa?	x		x		x		
10.-¿La empresa comunica se toma en cuenta las opiniones de los colaboradores para la toma de decisiones?	x		x		x		

Ítems correspondientes al instrumento 2

Variable 2: Atención al cliente

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Servicio							
1.-¿Usted considera que la empresa brinda un servicio de calidad, eficaz y personalizado?	x		x		x		
2.-¿Cuándo tiene algún problema o reclamo la empresa le ayuda a solucionarlo?	x		x		x		
3.-¿Usted se siente satisfecho con la atención brindada?	x		x		x		
4.-¿Considera que una buena atención ayuda a fidelizar a los clientes?	x		x		x		
5.- ¿Cree que una buena atención al cliente es fundamental para que regrese al	x		x		x		

establecimiento?							
Dimensión 2: Satisfacción al cliente							
6.-¿La empresa mide el grado de satisfacción del cliente, mediante encuestas ?	x		x		x		
7.-¿Usted considera que la empresa cumple con sus expectativas del servicio brindado?	x		x		x		
8.-¿Considera usted que una buena atención al cliente trae beneficios a la empresa?	x		x		x		
9.-¿Usted recomendaría a la empresa?	x		x		x		
10.-¿La empresa aplica estrategias para el servicio al cliente?	x		x		x		

Otras observaciones generales:



Fernando Suarez Carrasco

Dr. Fernando Suarez Carrasco
REG. UNIC. DE COLEG. N° 5461

DNI N°02616283

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante: Guzmán Castro Iván Arturo.

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Administrador

1.4. Institución donde labora: Joyería Guzmán

1.5. Cargo que desempeña: Administrador

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Carcamo Montejo Sammy Patricia

1.8. Carrera: Administración

II. Validación

Variable 1: Gestión de calidad

Ítems correspondientes al instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Optimizar							
1.-¿Usted considera que la empresa brinda un servicio de calidad, eficaz y personalizado?	x		x		x		
2.-¿Cuándo tiene algún problema o reclamo la empresa le ayuda a solucionarlo?	x		x		x		
3.-¿Usted se siente satisfecho con la atención brindada?	x		x		x		
4.-¿Considera que una buena atención ayuda a	x		x		x		

fidelizar a los clientes?							
Dimensión 2: Planeación							
5.-¿La empresa comunica se toma en cuenta las opiniones de los colaboradores para la toma de decisiones?	x		x		x		
6.-¿Usted considera que la empresa trabaja en equipo para tomar las decisiones correctas?	x		x		x		
7.-¿Conoce las políticas de la empresa?	x		x		x		
8.-¿Cree usted que una buena planificación permitirá alcanzar los objetivos ?	x		x		x		
9.-¿Han recibido recompensa, incentivos o reconocimientos por alcanzar los objetivos de la empresa?	x		x		x		
10.-¿La empresa comunica se toma en cuenta las opiniones de los colaboradores para la toma de decisiones?	x		x		x		

Items correspondiente al instrumento 2

Varibale 2: Atención al cliente

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Servicio							
1.-¿Usted considera que la empresa brinda un servicio de calidad, eficaz y personalizado?	x		x		x		
2.-¿Cuándo tiene algún problema o reclamo la empresa le ayuda a solucionarlo?	x		x		x		
3.-¿Usted se siente satisfecho con la atención brindada?	x		x		x		
4.-¿Considera que una buena atención ayuda a fidelizar a los clientes?	x		x		x		
5.- ¿Cree que una buena atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento?	x		x		x		
Dimensión 2: Satisfacción al cliente							
6.-¿La empresa mide el grado de satisfacción del cliente, mediante encuestas ?	x		x		x		

7.-¿Usted considera que la empresa cumple con sus expectativas del servicio brindado?	x		x		x		
8.-¿Considera usted que una buena atención al cliente trae beneficios a la empresa?	x		x		x		
9.-¿Usted recomendaría a la empresa?	x		x		x		
10.-¿La empresa aplica estrategias para el servicio al cliente?	x		x		x		

Otras observaciones generales:


 DNI 07727308
Mgtr. Ivan Arturo Guzmán Castro
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
 CLAD. N° 5107

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante: Arica Clavijo Héctor Orlando

1.2. Grado Académico: Mg. En Docencia Universitaria

1.3. Profesión: Lic. En Ciencias Administrativas

1.4. Institución donde labora: CETURGHPERU

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Carcamo Montejo Sammy Patricia

1.8. Carrera: Administración

II. Validación

Variable 1: Gestión de calidad

Ítems correspondientes al instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Optimizar							
1.-¿Usted considera que la empresa brinda un servicio de calidad, eficaz y personalizado?	x		x		x		
2.-¿Cuándo tiene algún problema o reclamo la empresa le ayuda a solucionarlo?	x		x		x		
3.-¿Usted se siente satisfecho con la atención brindada?	x		x		x		
4.-¿Considera que una buena atención ayuda a	x		x		x		

fidelizar a los clientes?							
Dimensión 2: Planeación							
5.-¿La empresa comunica se toma en cuenta las opiniones de los colaboradores para la toma de decisiones?	x		x		x		
6.-¿Usted considera que la empresa trabaja en equipo para tomar las decisiones correctas?	x		x		x		
7.-¿Conoce las políticas de la empresa?	x		x		x		
8.-¿Cree usted que una buena planificación permitirá alcanzar los objetivos ?	x		x		x		
9.-¿Han recibido recompensa, incentivos o reconocimientos por alcanzar los objetivos de la empresa?	x		x		x		
10.-¿La empresa comunica se toma en cuenta las opiniones de los colaboradores para la toma de decisiones?	x		x		x		

Ítems correspondientes al instrumento 2

Variable 2: Atención al cliente

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Servicio							
1.-¿Usted considera que la empresa brinda un servicio de calidad, eficaz y personalizado?	x		x		x		
2.-¿Cuándo tiene algún problema o reclamo la empresa le ayuda a solucionarlo?	x		x		x		
3.-¿Usted se siente satisfecho con la atención brindada?	x		x		x		
4.-¿Considera que una buena atención ayuda a fidelizar a los clientes?	x		x		x		
5.- ¿Cree que una buena atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento?	x		x		x		
Dimensión 2: Satisfacción al cliente							
6.-¿La empresa mide el grado de satisfacción del cliente, mediante encuestas ?	x		x		x		

7.-¿Usted considera que la empresa cumple con sus expectativas del servicio brindado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.-¿Considera usted que una buena atención al cliente trae beneficios a la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.-¿Usted recomendaría a la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.-¿La empresa aplica estrategias para el servicio al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Otras observaciones generales: NINGUNA



Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Firma
ARICA CLAVIJO HECTOR ORLANDO
DNI 02786302

Anexo 8: Hoja de tabulación

Características de la optimización de la gestión de calidad en la micro empresa

Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Implementación de un sistema de gestión de calidad eficiente	Nunca	IIII III	8	80.00
	Muy pocas veces	II	2	20.00
	Algunas veces	-	0	0.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIII IIIII	10	100.00
La gestión de calidad garantiza un servicio eficiente	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	-	0	0.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	IIII IIIII	10	100.00
	Total	III IIIII	7	100.00
Utilización de recursos para alcanzar objetivos	Nunca	II	2	20.00
	Muy pocas veces	II	2	20.00
	Algunas veces	IIII I	6	60.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIII IIIII	10	100.00
Cumplimiento con el tiempo de horario establecido en el trabajo	Nunca	I	1	10.00
	Muy pocas veces	IIII II	7	70.00
	Algunas veces	II	2	20.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIII IIIII	10	100.00

Continua...

Determinar las características de los procesos de planeación de la gestión de calidad en la micro empresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Comunicación y se toma en cuenta la opinión de los trabajadores para la toma de decisiones	Nunca	IIII II	7	70
	Muy pocas veces	II	2	20
	Algunas veces	I	1	10
	Casi siempre	-	0	0
	Siempre	-	0	0
	Total	IIII IIIII	10	100
Trabajo en equipo para la toma de decisiones	Nunca	IIII III	8	80
	Muy pocas veces	-	0	0
	Algunas veces	II	2	20
	Casi siempre	-	0	0
	Siempre	-	0	0
	Total	IIII IIIII	10	100
Conocimientos de las políticas de la empresa	Nunca	III	4	0
	Muy pocas veces	I	1	0
	Algunas veces	III	3	30
	Casi siempre	I	1	10
	Siempre	I	1	20
	Total	IIII IIIII	10	100
Una buena planificación permite alcanzar objetivos	Nunca	-	0	0
	Muy pocas veces	-	0	0
	Algunas veces	-	0	0
	Casi siempre	I	1	10
	Siempre	IIII III	9	90
	Total	IIII IIIII	10	100
	Nunca	IIII III	9	90

Recompensas , incentivos o reconocimiento por alcanzar objetivos	Muy pocas veces	I	1	10
	Algunas veces	-	0	0
	Casi siempre	-	0	0
	Siempre	-	0	0
	Total	IIII IIII	10	100

Nota: Elaboración propia.

	Siempre	<p> Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. </p>	167	43.38
	Total	<p> Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. </p>	385	100.00
Satisfacción con la atención brindada	Nunca	<p> Nunca me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. </p>	10	2.6
	Muy pocas veces	<p> Muy pocas veces me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. </p>	21	5.45
	Algunas veces	<p> Algunas veces me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. </p>	48	12.47
	Casi siempre	<p> Casi siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. </p>	100	25.97
	Siempre	<p> Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. </p>	206	53.51
	Total	<p> Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. Siempre me siento escuchado/a cuando me comunico con el personal de salud. </p>	385	100.00

Características de la satisfacción al cliente en la micro empresa Revisiones Técnicas

Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Medición del grado de satisfacción del cliente mediante encuestas	Nunca	■■■■■■ ■■■■■■	297	77.14
	Muy pocas veces	■■■■■■ ■■■■■■ ■■■■■■ ■■■■■■ ■■■■■■ ■■■■■■	59	15.32
	Algunas veces	■■■■■■■ ■■■■■■ ■■■■■■	29	7.53
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	■■■■■■ ■■■■■■	385	100.00
Cumple con las expectativas el servicio brindado	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	■■■■■	6	1.56
	Algunas veces	■■■■■■■ ■■■■■■ ■■■■■■ I	31	8.05
	Casi siempre	■■■■■■ ■■■■■■ ■■■■■■ ■■■■■■ ■■■■■■ ■■■■■■ ■■■■■■ ■■■■■■	69	17.92

Anexo 9: Figuras

Características de la optimización de la gestión de calidad en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, distrito de Piura, 2022.

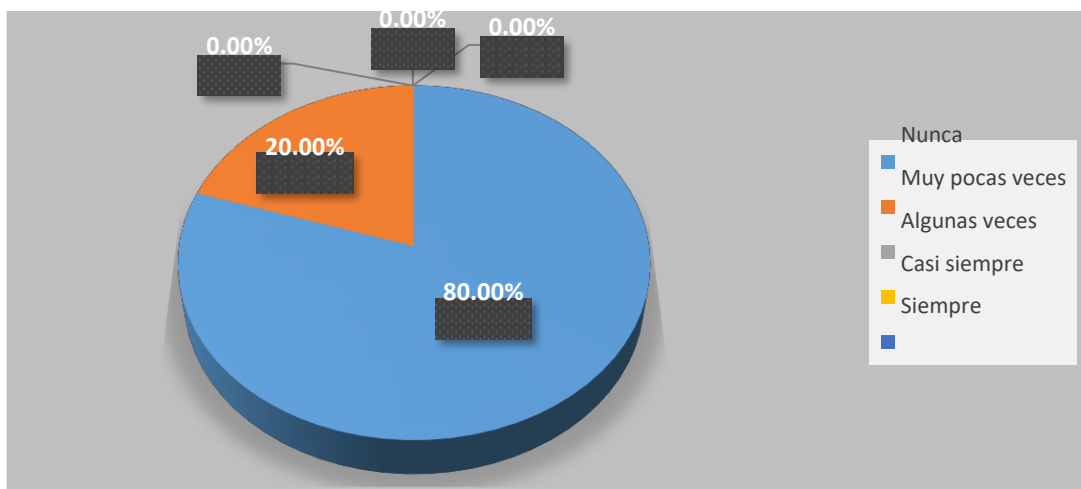


Figura 1. Implementación de un eficiente sistema de gestión de calidad

Fuente. Tabla 1.

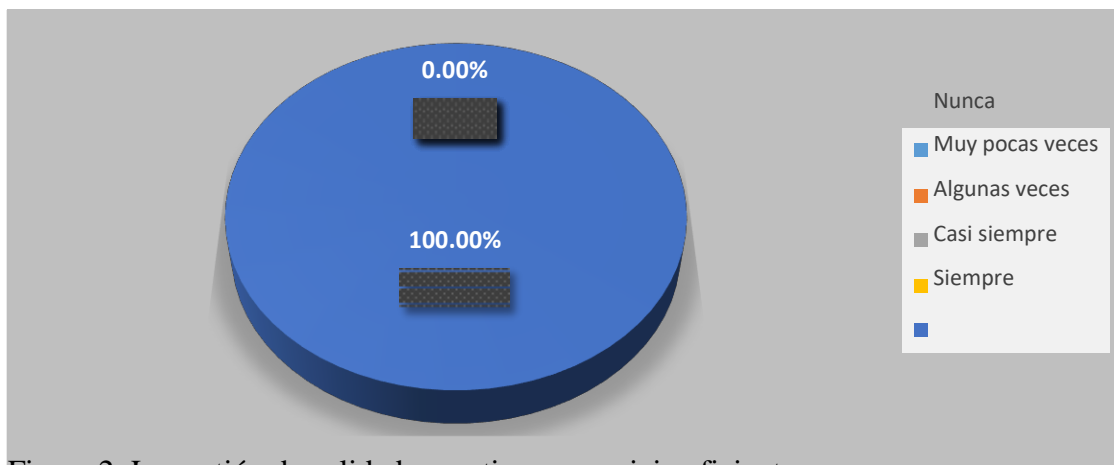


Figura 2. La gestión de calidad garantiza un servicio eficiente

Fuente. Tabla 1.

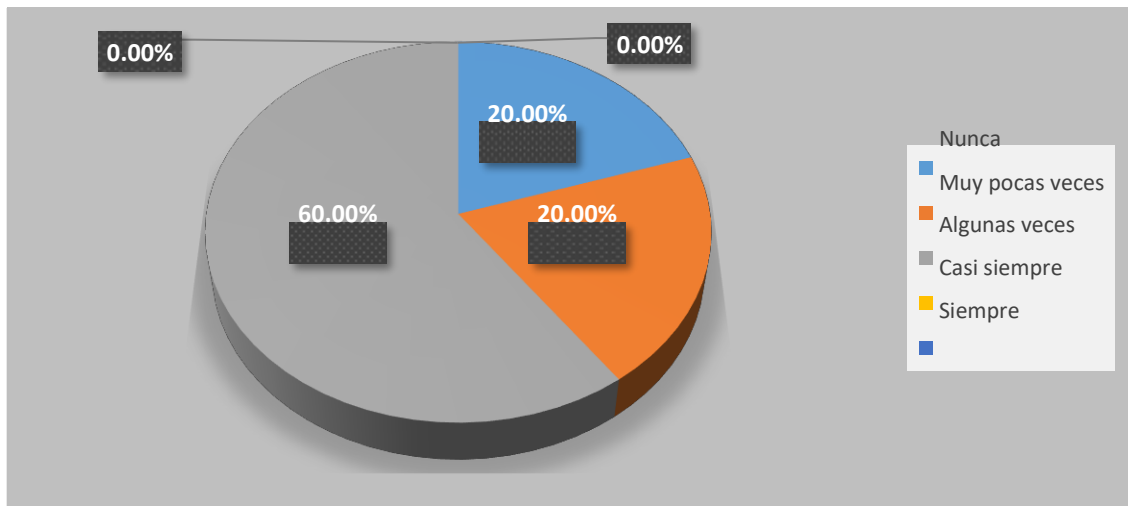


Figura 3. Utilización de recursos para alcanzar objetivos

Fuente. Tabla 1.

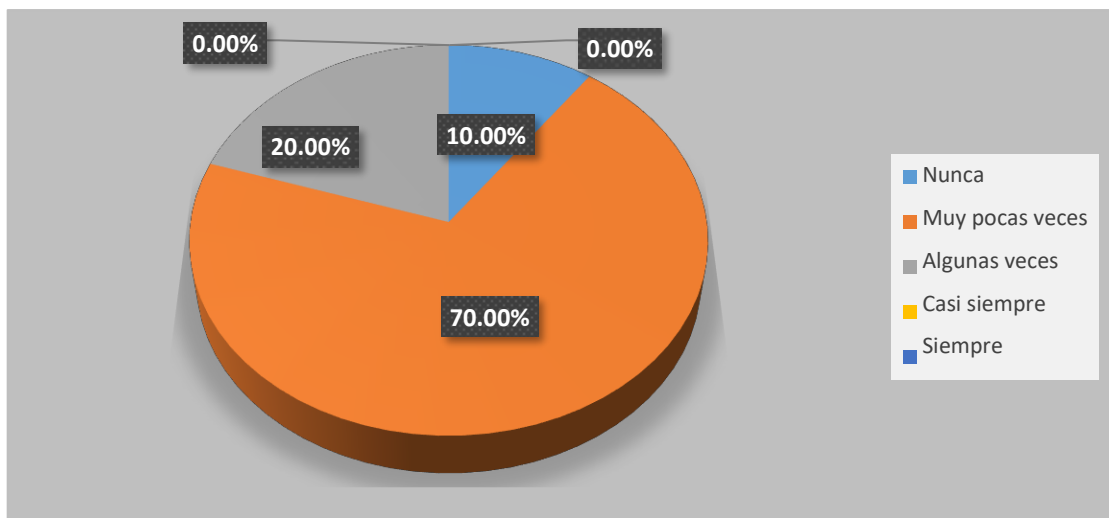


Figura 4. Cumplimiento con el tiempo establecido en el horario de trabajo

Fuente. Tabla 1.

Características de los procesos de la planeación de la gestión de calidad en la microempresa de Revisiones Técnicas del Norte S.AC, Distrito de Piura, 2022.

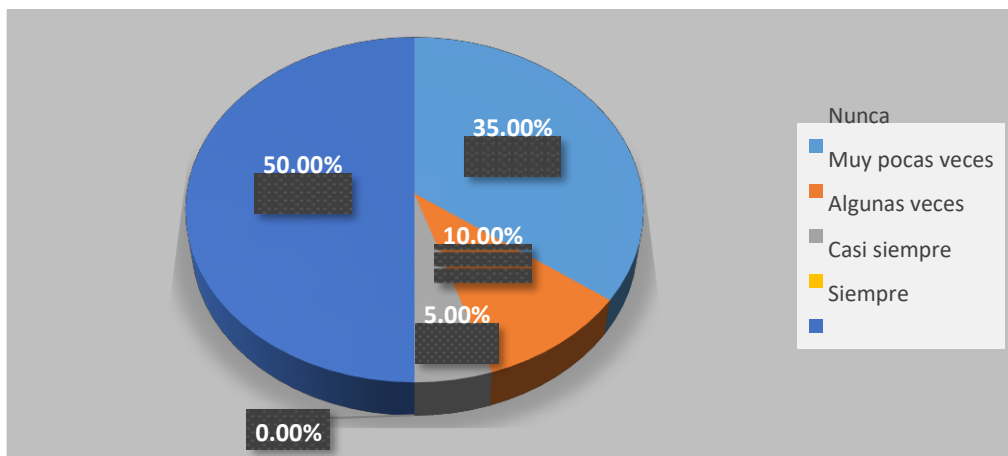


Figura 5. Hay comunicación y se toma en cuenta a los trabajadores para la toma de decisiones

Fuente. Tabla 2

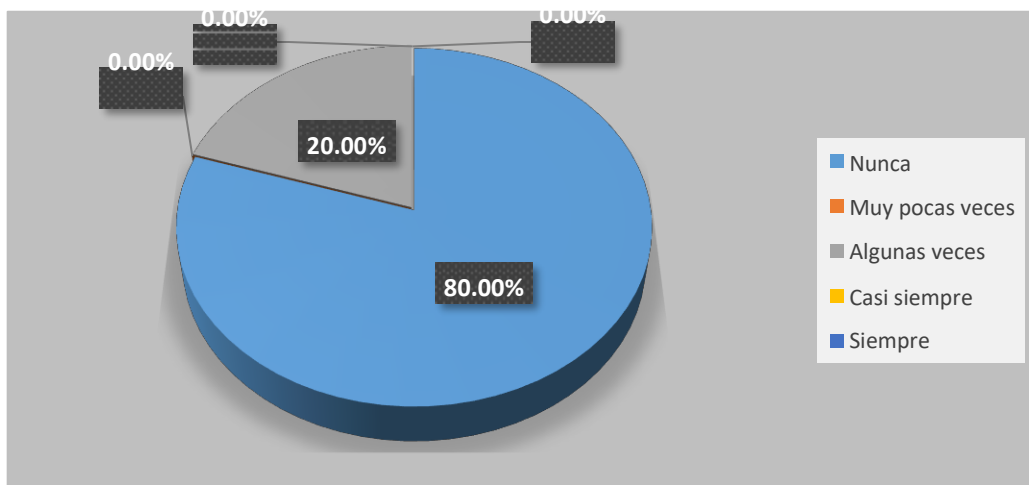


Figura 6. Trabajo en equipo para la toma de decisiones

Fuente. Tabla 2.

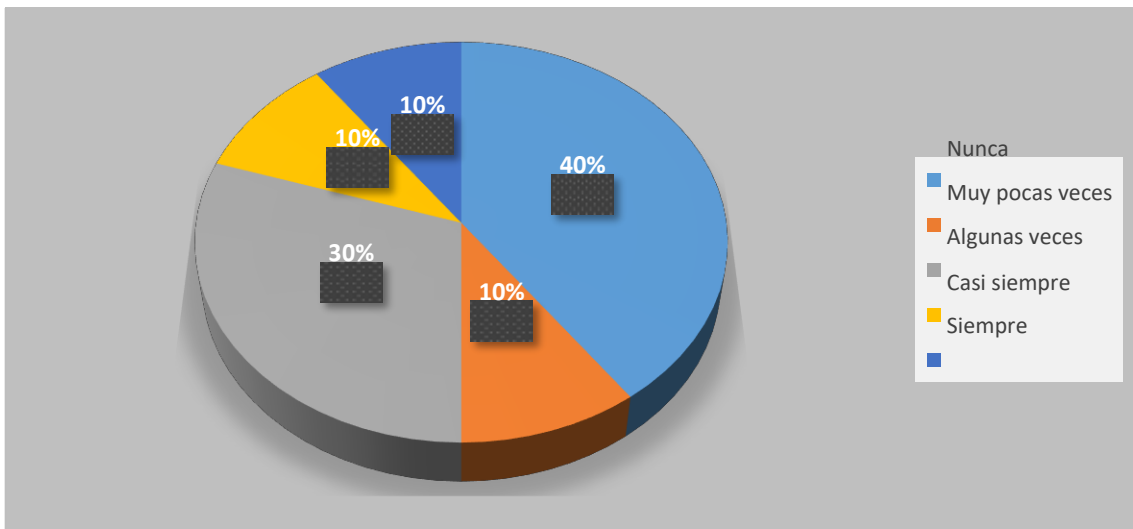


Figura 7. Conocimiento de las políticas de la empresa

Fuente. Tabla 2.

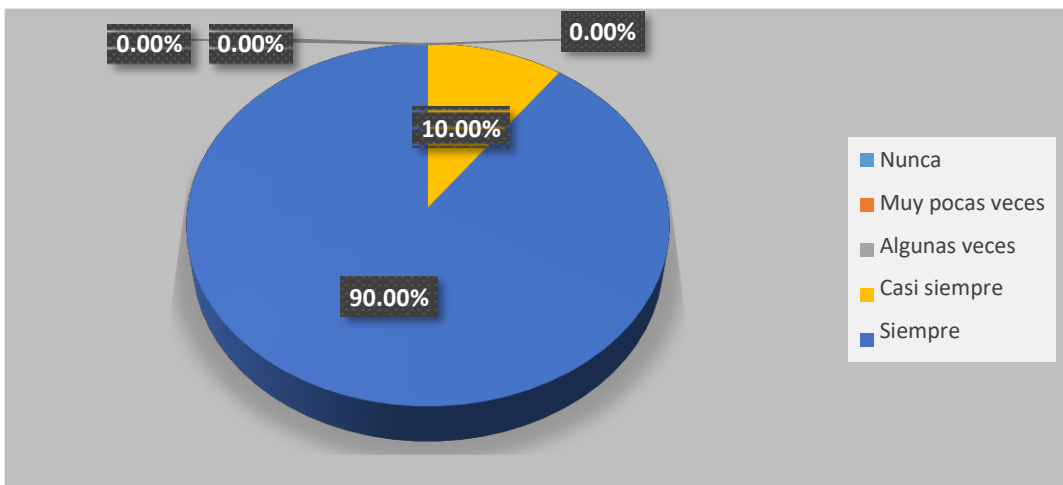


Figura 8. Una buena planificación permitirá alcanzar objetivos

Fuente. Tabla 2.

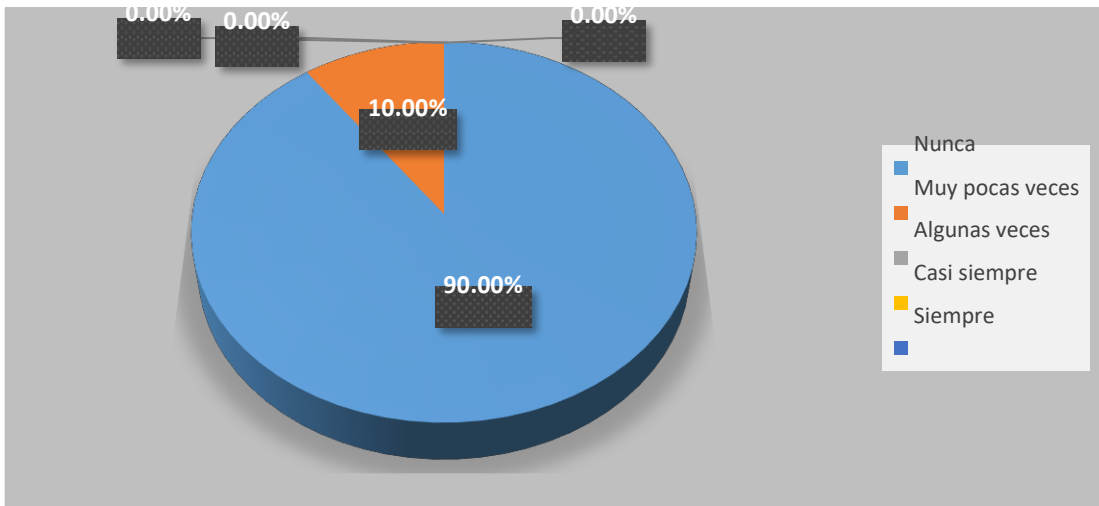


Figura 9. Recompensas o reconocimiento por alcanzar objetivos

Fuente. Tabla 2.

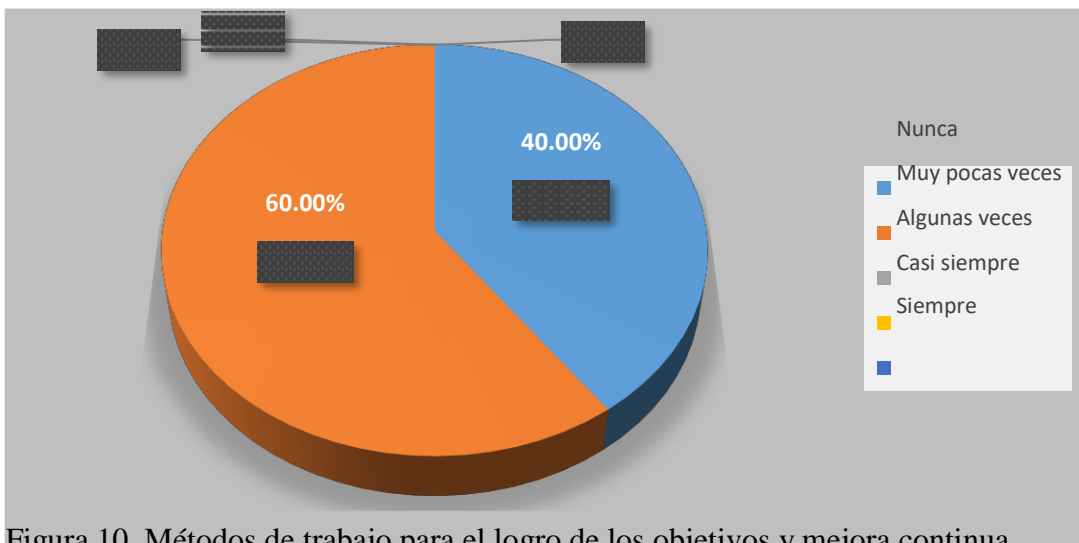


Figura 10. Métodos de trabajo para el logro de los objetivos y mejora continua

Fuente. Tabla 2.

Características del servicio de la atención al cliente en la microempresa de Revisiones Técnicas Certifica S.A.C, distrito de Piura, 2022.

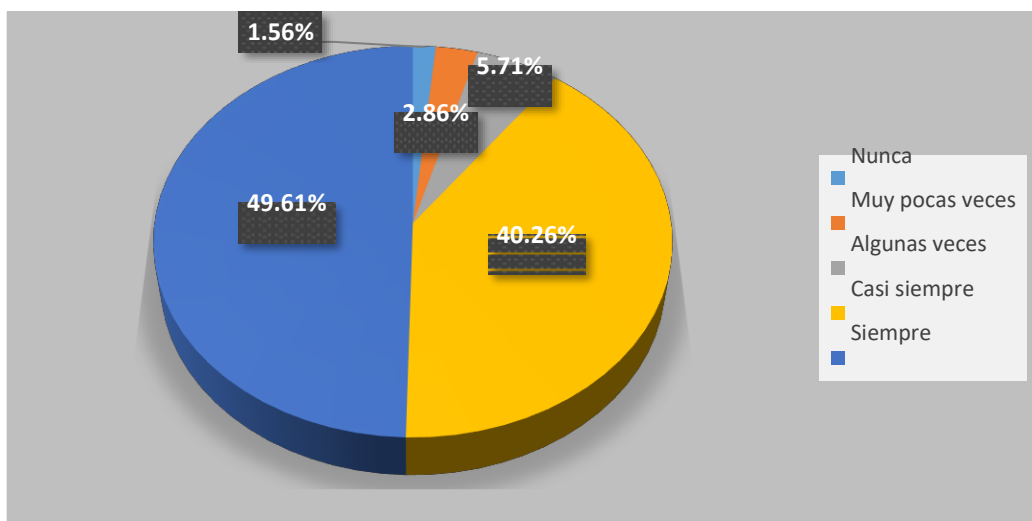


Figura 11. Servicio de calidad, eficaz y personalizado

Fuente. Tabla 3.

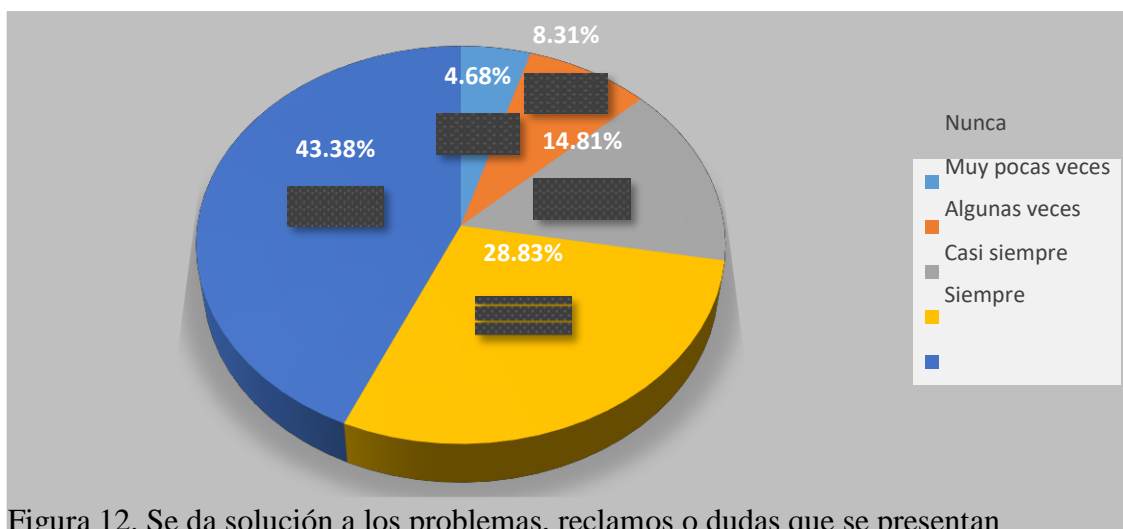


Figura 12. Se da solución a los problemas, reclamos o dudas que se presentan

Fuente. Tabla 3.

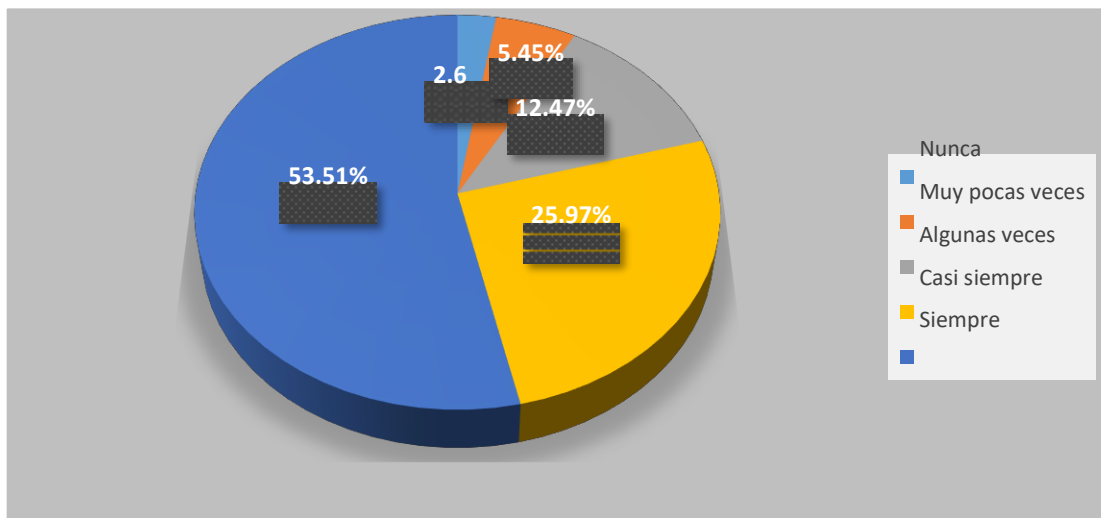


Figura 13. Satisfacción con la atención brindada

Fuente. Tabla 3.

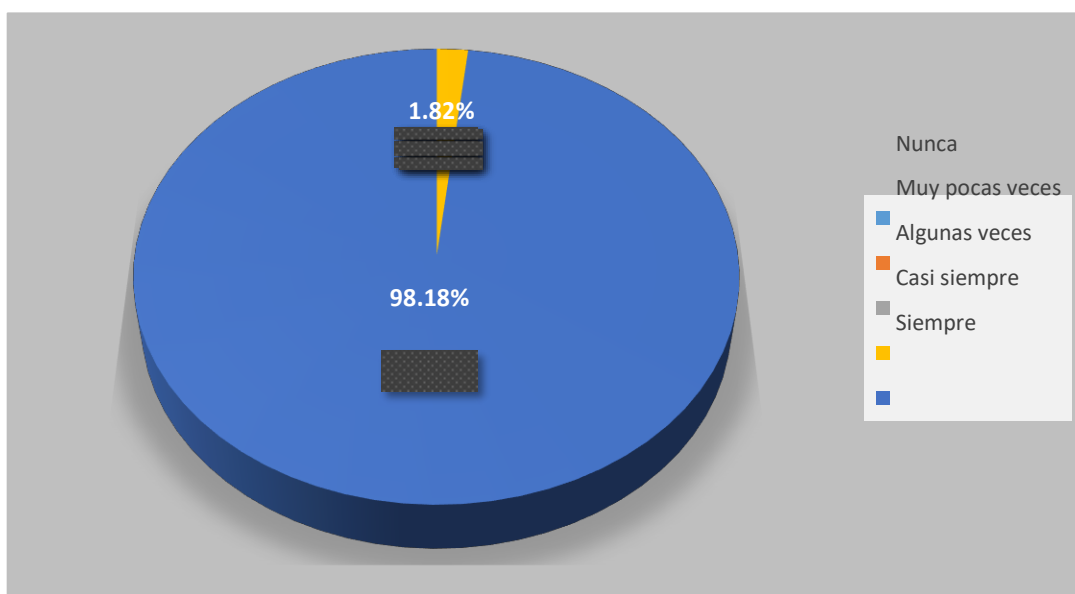


Figura 14. La buena atención ayuda a la fidelización de los clientes

Fuente. Tabla 3.

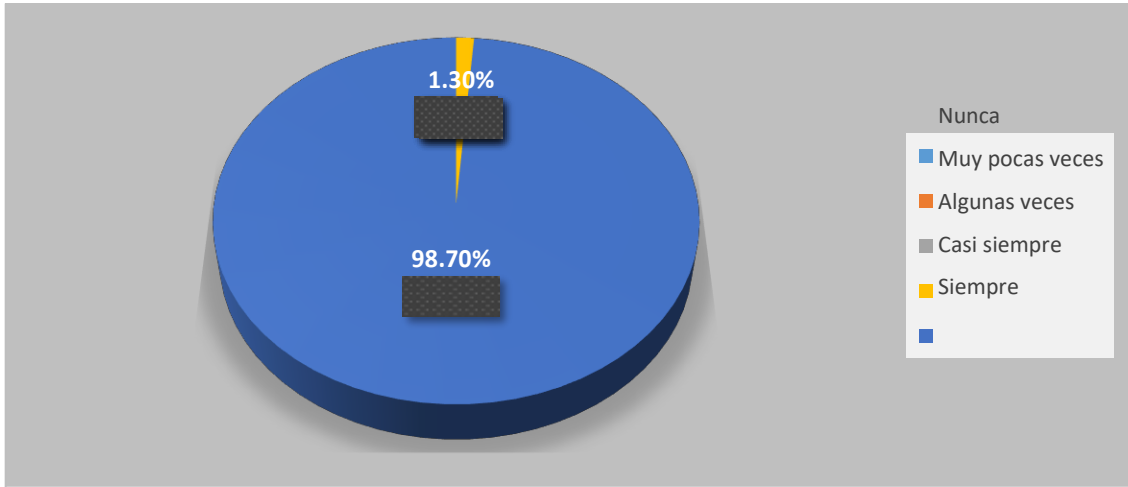


Figura 15. La buena atención es fundamental para que el cliente regrese

Fuente. Tabla 3.

Características de la satisfacción al cliente en la microempresa Revisiones Técnicas Certifica del Norte S.A.C, Distrito de Piura, 2022.

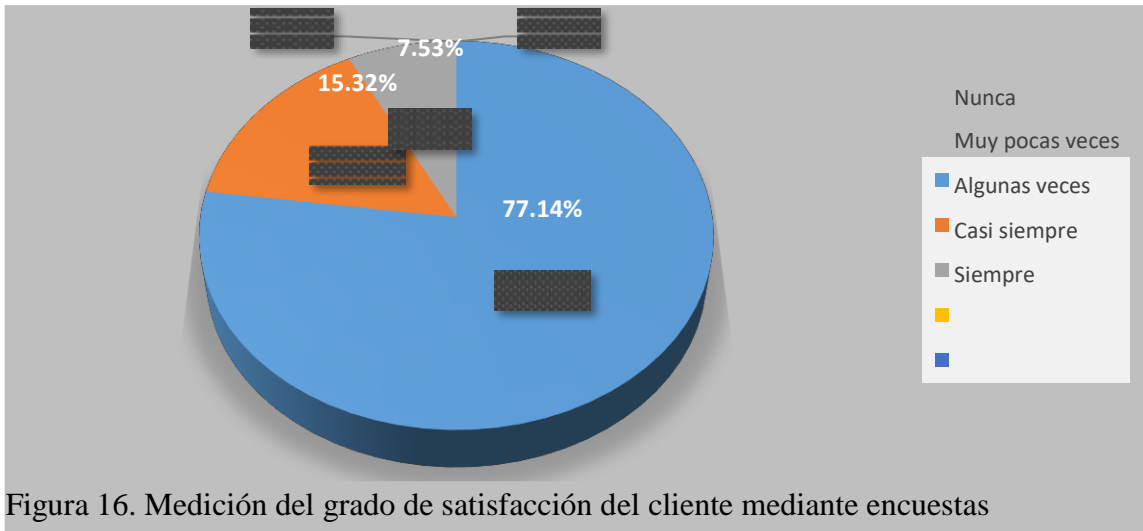


Figura 16. Medición del grado de satisfacción del cliente mediante encuestas

Fuente. Tabla 4.

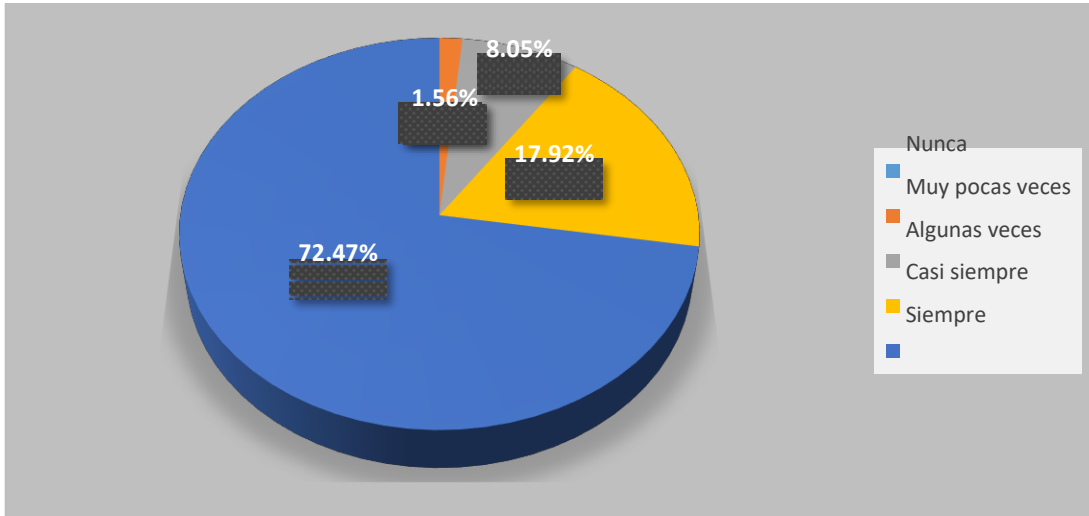


Figura 17. Cumple con las expectativas del servicio brindado

Fuente. Tabla 4.

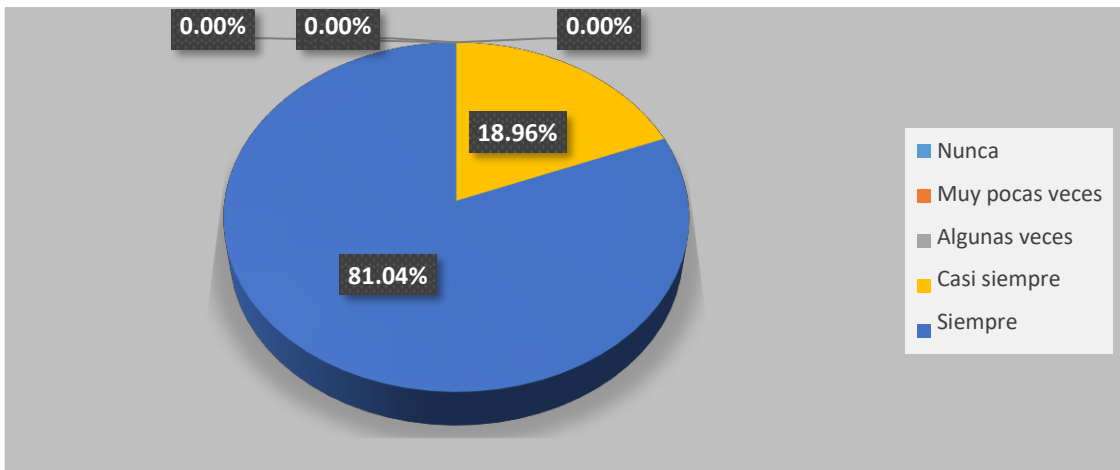


Figura 18. Una buena atención al cliente trae beneficios a la empresa

Fuente. Tabla 4

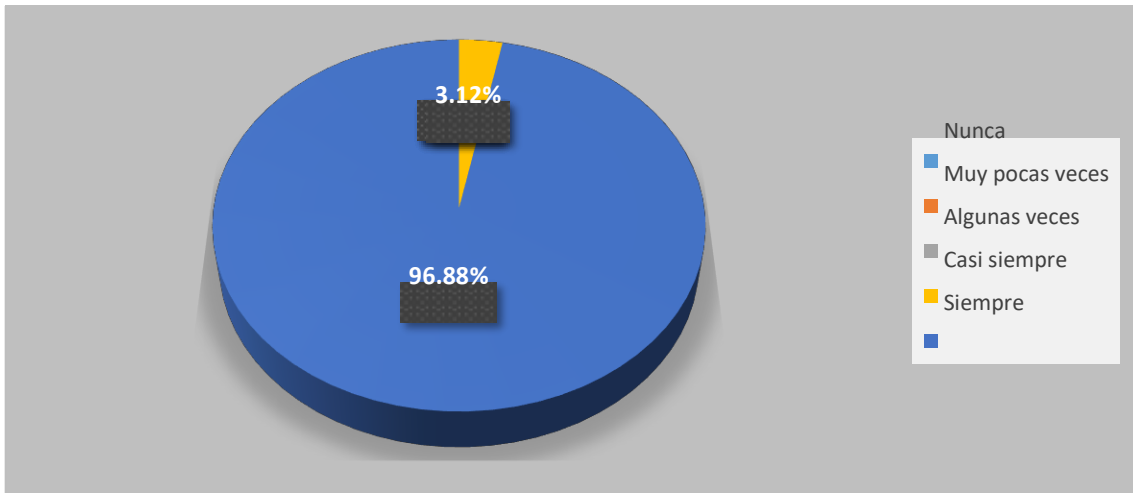


Figura 19. Recomendación de la empresa

Fuente. Tabla 4.

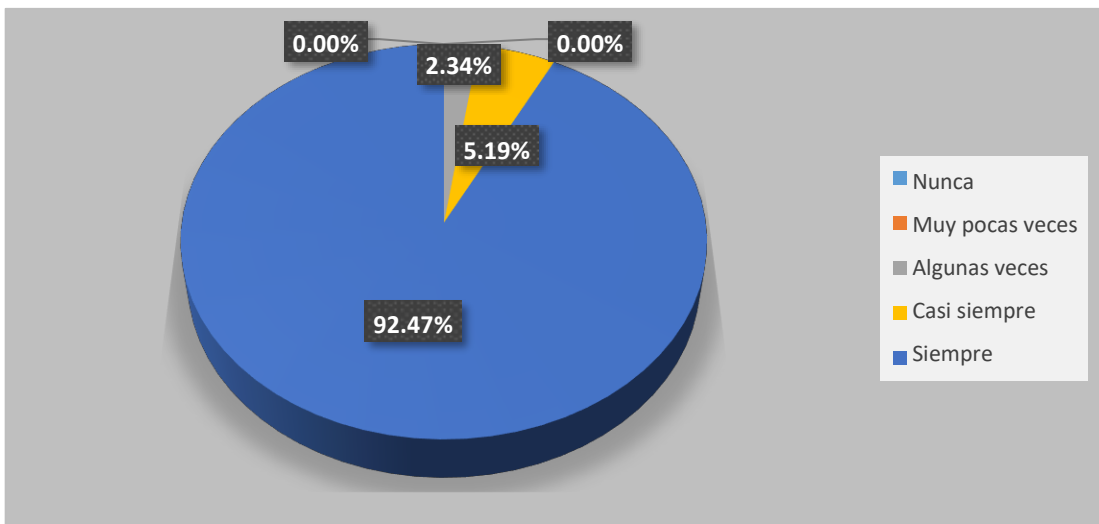


Figura 20. Aplicación de estrategias para el servicio al cliente

Fuente. Tabla 4.