



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA ZAPATERÍA CENTRAL EN EL
DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2020

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

AUTORA

SILVA CRUZ, ROXANY ESMERALDA

ORCID: 0000-0002-1536-2683

ASESORA

ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

SULLANA – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Silva cruz, Roxany Esmeralda
ORCID: 0000-0002-1536-2683

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

ASESOR

Estrada Díaz, Elida Adelia
ORCID: 0000-0001-9618-6177

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

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo
ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Azabache Arquinio, Carmen Rosa
ORCID ID: 0000-0001- 8071-8327

Espinosa Otoy, Víctor Hugo
ORCID ID: 0000-0002-7260-5581

JURADO EVALUADOR

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID ID: 0000-0001- 8071-8327

Miembro

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0002-7260-5581

Miembro

Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID ID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, nos ha dado la fortaleza para poder terminar este proyecto de investigación.

Dedico esta tesis a las personas que más me han influenciado en mi vida, dándome los mejores consejos guiándome y haciéndome una persona de bien.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedicamos especialmente a Dios Todopoderoso, que me da la fortaleza para seguir en todo momento; por ello, con mucha humildad le dedico este logro.

A mi familia: por su apoyo incondicional, y su comprensión en esta lucha por superarme Agradezco a todas las personas que me dieron el impulso Para poder terminar mi proyecto sin duda cada uno de sus aportes fue indispensable para poder lograr con éxito este proyecto.

RESUMEN

La presente investigación titulada: Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Zapatería Central en el distrito de Sullana, año 2020. La investigación fue de diseño no experimental- transversal-descriptivo. Para el recojo de información se utilizó una muestra de 5 trabajadores y 150 clientes. A quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 33.3% de trabajadores siempre contribuyen a la mejora de calidad en la tienda. El 26.7% de los trabajadores realizan acciones de acuerdo con las metas planteadas. De los clientes encuestados, 36% siempre quien lo atendió resolvió sus dudas y para 31.30% siempre el personal le brinda una atención rápida y segura.

Se concluye que la Zapatería Central tiene un enfoque en la mejora continua de Gestión de calidad y que la atención al cliente es la adecuada, debido a diferentes capacitaciones que se brinda al trabajador.

Palabras clave: Atención al Cliente, Gestión de Calidad, Mejora continua y Zapatería

ABSTRACT

The present investigation titled: Characteristics of Quality Management and Attention to Client in the Central Shoe Store in the District of Sullana, Year 2020, had as objective general: Determine the characteristics of quality management and customer service in the Central Shoe Store in the District of Sullana, Year 2020. Non- experimental-transversal-descriptive design was carried out for the collection of information, a sample of 5 workers was used and 150 clients. To whom a structured questionnaire with 20 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results. 33.3% of workers always contribute to the improvement of quality in the store, 26.7% of workers carry out actions in accordance with the goals set. Of the clients surveyed, 36% always answered their questions, and for 31.30% the staff always gave them quick and safe attention. concluding that the Central Shoe Store has a focus on the continuous improvement of Quality Management and that Customer Service is adequate, due to the different training provided to the worker.

Keywords: Customer Service, Quality Management, Continuous Improvement and Shoe Store

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de Trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria (opcional)	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de Tablas	ix
8. Índice de Figuras	x
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	10
III. Hipótesis	29
IV. Metodología	30
4.1. Diseño de la investigación	30
4.2. Población y muestra	31
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores	33
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
4.5. Plan de análisis	36
4.6. Matriz de consistencia	37
4.7. Principios éticos	38
V. Resultados	39
5.1. Resultados	39
5.2. Análisis de los resultados	45
VI. Conclusiones	50
Aspectos complementarios	52
Referencias bibliográficas	53
Anexos	56

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de la gestión de calidad en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020. 39

Tabla 2. Características de la atención al cliente en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020. 43

INDICE DE FIGURAS

Figuras (Anexos)

Figura 1. Planes que contribuyen a la mejora de la calidad	73
Figura 2. Acciones realizadas acorde con las metas planteadas	73
Figura 3. Participa capacitaciones para la mejora de calidad	74
Figura 4. Políticas promueven la eficiencia en un mejor servicio	74
Figura 5. Cumple con los horarios establecidos en la Zapatería	74
Figura 6. Muestra interés en aprender para brindar una mejor atención	75
Figura 7. Está al pendiente de los requerimientos del pedido del cliente	75
Figura 8. se considera dinámico y proactivo en la tienda	76
Figura 9. Se identifica con la tienda	76
Figura 10. Reporta a recepción los objetos olvidados en la tienda	77
Figura 11. Acciones que realiza para establecer mejoras de propuesta	77
Figura 12. Tiene buenos recursos para satisfacer una necesidad del cliente	78
Figura 13. El personal que lo atendió resolvió sus dudas	78
Figura 14. El área de atención al cliente se encuentra en una zona adecuada	78
Figura 15. Recibe precios por teléfono cuando lo solicitan	79
Figura 16. Resulta fácil de entender la información en redes sociales	79
Figura 17. El personal que lo atendió está debidamente capacitado	79
Figura 18. El personal le brinda una atención rápida y segura	80
Figura 19. El personal que lo atendió mostró amabilidad en la tienda	80
Figura 20. Confía en la integridad del personal de la tienda	80

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como título Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020

En Europa las mypes se han desarrollado de manera rápida por lo que se buscar y plantear mejoras para las empresas puesto que se han observado problemas en la calidad de un producto con un 36% de probabilidad que mejore el producto se han implementado estrategias de mercado para lograr la satisfacción del productos ,muchas mypes empiezan a desarrollarse con un producto de calidad y poco a poco eso se va perdiendo a lo largo del tiempo debido a que ya tienen un mercado ganado olvidándose de que su principal función es satisfacer las necesidades del cliente. (Ministerio de la Producción ,2018).

Teniendo en cuenta que en esos países no cuentan con una atención al cliente directa puesto que tienen un sistema de cultura diferente que al de nosotros por lo que son autónomos ,sin intención alguna la preocupación que tienen es más por la calidad que puedan ofrecer al producto que la atención al cliente ya que todo es digitalización por las plataformas que utilizan para llegar al comprador , es un problema porque no todas las personas son autónomas y aquellas que llegan de otro país a radicar en esos lugares se sienten desorientado por lo que no están acostumbrados a ese tipo de atención (Ministerio de la Producción ,2018).

En América Latina, las mypes se han visto de manera prudente y asertiva, puesto que los problemas en gestión de calidad y atención teniendo una variable dependiendo en lo que consta de participación y comunicación, debido a ello se han visto vulnerables para efectuar la calidad y atención al cliente. (Morales,2018).

Por otro lado, en Argentina las mypes se han visto afectados por los problemas sociales y económicos que están atravesando puesto que se han diversificado la mayoría de las

mypes, estas son una gran población en el cual genera muchos ingresos para de una manera saludable dar conocimientos de los factores alternativos que se espera lograr , teniendo en cuenta que el mejorar una empresa del tamaño que sea es importante porque estarían comprando de manera asertiva y grata el producto (Pérez 2018).

Asimismo, en Brasil las mypes demuestran la capacidad de ejecutar un nivel alto de estándar en lo que es gestión de calidad puesto que ellas se preocupan en atender y cumplir las expectativas del cliente, brindando servicios muy asertivos, este sistema se ha visto estudiado por otros países para lograr una mypes exitosa en el rubro que sea, en calzado Brasil a desarrollo logrado acaparar muchos lugares con sus sandalias consideras en América las mejores ya que la calidad que tienen en máxima importándoles lo que piense el cliente esos ha sido la gran ventaja comparativa que han tenido a lo largo de los años. (Morales ,2018).

Del mismo modo, en Chile las mypes teniendo en cuenta que es un país de la Latinoamérica que se encuentra en un desarrollo un poco lento debido a la crisis económico que atravesó sim embargo hay muchas empresas de ese país que se encuentran exportando e importando productos grandes en varios mercados ya que es una industria que se mueve de manera efectiva y rápida ,la calidad que le dan a un producto vienen de la mano con las exigencias de su mercado por lo que les importa que se dé , sin importar lo demás . (Ministerio de la Producción ,2018).

En el Perú, las mypes alcanzaron a un total del 19% del PBI, según cifras del INEI puesto que aumentaron , en comparación a otros años cabe resaltar que en la mypes se encargar de la trasformación , producción de un producto, es importante ver el trasfondo de cada empresa por que buscan de un amañera u otra mejorar y perseverar teniendo siempre en cuenta que el cliente es lo mejor , la cultura de compra y venta en el Perú es algo que se

trabaja continuamente ,siempre se está acostumbrado a comprar la idea que le vende el vendedor puesto que si no se le da una atención adecuada lamentablemente el comprador rechaza , la calidad del producto es importante para el mercado peruano siempre se está observando , continuamente buscamos resolver las dudas ,últimamente se ha estado evaluado muchos criterios para que se pueda realizar algo muy eficaz . (Pérez 2018).

Palacios (2018) manifiesta que las (Mypes) son unidades económicas que pueden desarrollar actividades de consecución, comercialización de acervo, prestación de mingitorio, trastorno y perforación. Palacios (2018) Menciona que existen casi 6 millones a 93.9% microempresas (1 a 10 trabajadores) y aria 0.2% pequeñas (de 1 a 100 trabajadores), el sobrante, 5.9% son medianas y grandes empresas. Empresas. Éstas promueven directa e indirectamente la madurez económica en sus diferentes rubros, por ello es sobresaliente y adecuado su pincho en sus variables Gestión de calaña y salida de pacto a los nuevos paradigmas.

En sumario, los MYPES son pilón director en la sustanciación de ministerio y ahorro de la penuria que subvencionarla al ingreso nacional y al crecimiento barato. Del mismo, las micro y pequeñas empresas en varios países enfrentan enormes desafíos para asegurar su crecimiento como organizaciones económicas, por lo que se considera muy importante identificar y adjudicar métodos apropiados que permitan oponer un fresco ámbito competitivo. De esta investigación se busca en empeñar una Gestión de raza en cojín a la apuesta en hábito de asertividad, empatía y aseo al cliente en sus diferentes demandas y Una manera de lograrlo es a través del concierto de la calidad que se convierte en elemento diferenciador de la empresa para retribuir las micción y horizontes de los clientes, iniciativa muy valorada por ellos. (Ferraro, 2018).

La manufactura del calzado en el país es una de las industrias manufactureras más

importantes porque es uno de los principales impulsores del origen de ocupación. Con el drama de la vigencia, preciso a la subestimación, el estraperlo y la conducta imprudente de la categoría importados, se ha desencadenado un juicioso golpe que ha movimiento que las mercancías de calzado ingresen a la botica jurisdiccional a precios bajos, imposibilitando la extracción de categoría nacionales.

Además, el uso de insumos de indigna casta para acelerar costos y la desatiendo de buenas prácticas de taller complican el tema, lo que puede representar gratificación para la sanidad ocupacional. Por ello es pertinente y feliz custodiar las acciones laborales y empresariales que giran alrededor de la factoría del calzado para, de este modo, comprometer el florecimiento de las diferentes industrias en saliente importante rubro.

Según COMEXPERU (2020) afirma que el tamaño, la estructura y distribución de una población; son el reflejo de las características de una plaza, la edad, el sexo, tasa de natalidad y fertilidad, % de población urbana. Ello implica que todas y cada una de las variables expuestas anteriormente merecen ser analizadas para así garantizar planes y propuesta de mejora significativa en las variables Gestión de calidad y satisfacción al cliente.

La industria del calzado en el país es una de las industrias manufactureras más importantes porque es uno de los principales impulsores de la creación de empleo. A lo largo de los años, debido a la subestimación, el dumping, el contrabando y el comportamiento informal de los productos importados, se ha desencadenado una grave crisis que ha hecho que los productos de calzado ingresen al mercado interno a precios bajos, imposibilitando la elaboración de productos nacionales. Además, el uso de insumos de baja calidad para reducir costos y la falta de buenas prácticas de manufactura complican el tema, lo que puede representar riesgos para la salud ocupacional y el medio

ambiente.

En la provincia de Sullana los clientes de muestran actitudes y comportamientos relacionados con el buen y atractivo gusto por el calzado especialmente en su confección y presentación.

Palacios (2018) señala que el Perú han desarrollado grandes avances en la tecnología ya que hay varias empresas que los utilizan para así llevar a cabo sus procesos, posicionamiento en el mercado y así puedan generar y ventas sus ventas. Estas condiciones no sólo generan importantes ingresos a los trabajadores de la industria del calzado; sino que además mejoran su calidad de vida y las oportunidades de desarrollo para todos los integrantes de sus respectivas familias.

De la misma manera Orozco (2019) manifiesta que las personas van obteniendo un comercio seguro en cuanto a este servicio, las empresas generan una alta oferta de calzado genérico de alta calidad y durabilidad, teniendo un logro en que los clientes desembolse una cantidad de efectivo por la imagen que le presenta al estar vestido. Por ello es esencial y prioritario tener en cuenta estas condiciones para que las actividades de oferta y demanda en relación a las actividades económicas del calzado se desarrollen con una productividad fija.

En el Perú es cuarto productor de calzado en nuestra región produciendo 50 millones de calzado en diferentes clases al año. De esta producción participa activa y estratégicamente Brasil como uno de los principales agentes comercializadores. (Diario Gestión, 2017)

Según Palacios (2018) en su investigación concluye que el tamaño, la estructura y distribución de una población; son el reflejo de las características de una plaza, la edad, el sexo, tasa de natalidad y fertilidad, % de población urbana. Por ello en la Provincia de

Sullana los clientes seleccionan con criterios más estricto a la calidad, presentación y durabilidad de los calzados en sus diferentes marcas y tipos.

Considerando el factor ambiental Orozco (2019) en su investigación señala que, en el Perú, por la presencia de las cuatro estaciones, se hace posible que los clientes puedan usar y lucir diferentes tipos de calzado promoviendo vertiginosamente su comercio, industrialización y comercio.

El análisis situacional de la actual investigación determina que existe en el Perú todas las condiciones y garantías para estructurar, proponer y desarrollar planes y políticas de desarrollo de la industria del calzado. Para ello se debe hacer uso creativo, funcional e innovador, por ejemplo, de las estrategias de marketing y las principales redes sociales.

Este estudio se realizará teniendo en cuenta las fuerzas de Porter ya que es proceso metodológico que sirve para ver la viabilidad de una empresa reconociendo las características importantes buscando oportunidades para mejorar.

Torres y Morales (2018) menciona las 5 fuerza de Porter relacionado a las zapaterías:

Amenaza de nuevos competidores: En la localidad de Sullana se ha observado variedad de zapaterías por lo cual hay un número de nuevos competidores que ingresan al mercado generando una gran amenaza, ya que buscan estrategias donde se busca sobresalir de las otras zapaterías. Lo cual conlleva a nuevas propuestas en el calzado de acuerdo a las exigencias, gustos y demandas de los clientes.

Poder de negociación de compradores. Es necesaria para obtener aquellos clientes fijos para tener flujos de ingresos altos, es el convencimiento que se tiene y todo depende de la empatía y habilidades comunicativas que use los vendedores de las zapaterías a sus posibles compradores. Por ello las políticas de gestión de calidad y satisfacción al cliente

se concretizan a partir del establecimiento de precios justos y comunicación asertiva y empática.

Poder de negociación con proveedores: La zapatería se convierte en un vendedor del producto porque realiza una compra a proveedores de zapatos que considere satisfacer lo que se requiere para seguir en el mercado generando una compra y venta de los zapatos, por lo que debe buscar que no sean tan elevados los precios y que tenga una calidad muy buena. Se busca el equilibrio de la oferta y demanda y la satisfacción de sus demandas e intereses.

Amenazas de productos sustitutos: Indiscutiblemente todo depende de los gustos y preferencias que tenga cada comprador, porque actualmente en las zapaterías encontramos variedad de calzados. Analizando la calidad, precios y disponibilidad del posible calzado que se pueda sustituir.

Rivalidad entre competidores: Los cual ejerce unos precios para mejorar de manera cualitativa y funcional la calidad de los productos y servicios relacionados con el calzado.

En el Distrito de Sullana donde se desarrolló el trabajo de investigación que se encuentra ubicada la Zapaterías Central, la cual tiene problemas de gestión de calidad y atención al cliente debido a que:

- Muchas veces se ha visto que en la implementación de un servicio no se realiza la debida implementación y adaptación de las personas trabajadoras, teniendo en cuenta que tanto el cliente como el vendedor debe manejar una conducta asertiva para realizar la venta del calzado, sim embargo, se ha aprendido que se debe orientar y realizar foros donde se puedan realizar para resolver las dudas del vendedor.
- Algo más objetivo es que la calidad de un producto es sumamente importante por

lo que debe estar en monitoreo constante de esa manera no quitara la viabilidad del producto teniendo y captando la atención del comprador.

- El actuar inmediato que se debe practicar mediante los canales de comunicación y sugerencias de los clientes.
- La falta de empatía y no brindar atención humanizada a las personas juega un papel importante.

Por lo anteriormente expresado se formuló la siguiente pregunta de investigación: -

¿Cuáles son las principales características de la gestión de Calidad y Atención al Cliente en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, 2020?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes específicos: Describir las características de la gestión de calidad en la Zapatería Central del distrito de Sullana, 2020. Y Determinar las características de la atención al cliente en la Zapatería Central del distrito de Sullana, 2020.

La investigación se justifica porque permite generar conciencia en los dueños o gerentes de las MYPES del rubro zapatería del distrito de Sullana, sobre la Gestión de calidad y atención al cliente, en la cual pueda identificar las características esenciales en las que necesitan mejorar para brindar un servicio de calidad.

De la misma manera que dentro del campo teórico el estudio es importante ya que amplía, refuerza y consolida la base conceptual de ambas variables para así estudiar de manera sería el objeto de estudio.

Dentro del aspecto metodológico permite que la investigadora se capacite en el uso de

herramientas, estrategias y técnicas apropiadas sobre lo que implica la investigación.

La metodología fue de diseño no experimental- transversal- descriptivo para el recojo de información se utilizó una muestra de 150 clientes y 5 trabajadores, a quienes se aplicó una encuesta de 20 preguntas en dos secciones, la primera con 11 interrogantes sobre gestión de calidad y la segunda con 9 interrogantes sobre Atención al cliente a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: el 33.3% de trabajadores siempre contribuyen a la mejora de calidad en la tienda, el 26.7% de los trabajadores realizan acciones de acuerdo con las metas planteadas. De los clientes encuestados, 36% siempre quien lo atendió resolvió sus dudas y para 31.30% siempre el personal le brinda una atención rápida y segura.

Se concluyó que la Zapatería Central tiene un enfoque en la mejora continua de Gestión de calidad y que la Atención al cliente es la adecuada, debido a diferentes capacitaciones que se brinda al trabajador.

El impacto que genera el estudio en la Gestión de calidad y la Atención al cliente es importante porque se permite analizar las estrategias que se puede desarrollar para obtener conclusiones óptimas para las recomendaciones que se le puede dar a la zapatería, contribuyendo de una manera objetiva.

Debido a ello se realizó una encuesta dirigida a un grupo de personas que directamente están involucradas con el desarrollo de la zapatería de tal manera que se espera obtener resultados que determinen objetividad.

Posteriormente se consideró muy asertivo realizar la observación en todo el proceso de estudio del mercado de la zapatería, para obtener una visión estratégica.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Cañas (2018) en su investigación titulada: *Análisis de la implementación de un sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001 versión 2015 en la empresa Totality Services S.A.S.* Teniendo como objetivo general de la investigación: generar un estudio en la aplicación de la norma ISO-9001 Versión 15 para diseñar y gestionar un sistema de calidad para la empresa Totality Services S.A.S, trayendo consigo objetivos específicos para el estudio de la aplicación tales como:

Estructurar y realizar un diagnóstico de manera eficiente en los procesos y actividades de la empresa con la ayuda de la aplicación para promover medidas de mejoramiento.

El tipo de investigación se realiza a través de la práctica mediante un diagnóstica efectuado por la aplicación y sistema del DMAIC que se refiere a definir , medir, analizar, mejorar y controlar los aspectos de la empresa Totality Services S.A.S con el fin de hallar y encontrar resultados en campo , este análisis permitió encontrar de manera asertiva con el porcentaje de 60% en calidad de atención y un 40% en mejorar los aspectos que busca un cliente al comprar , por lo que se concluyó que la aplicación y el método es algo viable para medir el nivel de impacto que se está generando .

Mosquera (2018) presenta su investigación *Calidad del servicio y Satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil*. El objetivo principal es: Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación tiene un enfoque mixto, en lo

cuantitativo. Se concluye que se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos (p. 34). Se deduce que el trato del personal, la calidad de los equipos y el respeto del personal son variables esenciales para promover una mejora de calidad de atención al cliente.

Muñoz (2020) en su proyecto de investigación titulado *:Gestión de calidad :Definición de un modelo conceptual* se tuvo como objetivo general el que era definir el modelo para la gestión de calidad ,buscando erradicar la necesidad de un sistema de calidad para que impacte de manera adecuada y coherente por lo tanto se tomó en cuenta los siguientes objetivos específicos: Identificar y analizar las principales características del modelo y la calidad y buscar los desafíos y oportunidades que se presente en una empresa para que se considere un sistema de calidad emergente.

Para el desarrollo de esta metodología se tomó en cuenta 5 fases ya que era una metodología propuesta en método mixto considerado como método cuantitativo y cualitativo, buscando un enfoque directo en las empresas chilenas, cumpliendo con los modelos estándares del aseguramiento de calidad, teniendo en cuenta que La población considerada fue definida por los siguientes criterios base: universidades autónomas; acreditadas entre los años 2007 a 2019; pertenecientes al CRUCH.

Por ello, se contempla una muestra homogénea para un estudio longitudinal. Teniendo como resultado el 100% de los criterios CNA es posible asociarlo de una u otra manera con los criterios de este modelo de excelencia, aportando este último mayor nivel de desglose mediante sus sub criterios. Puesto que se llegó a la conclusión que es método factible el analizar detenidamente una empresa y en Chile es importante auto analizar la gestión de calidad el cual es un sistema importante que se debe considerar más a menudo.

Antecedentes Nacionales

Chavez (2018) en su tesis de investigación denominada *Gestión de calidad con el modelo integral de la productividad en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores del distrito de Huaraz, 2017*, tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de Calidad con el Modelo Integral de la Productividad en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores del Distrito de Huaraz, 2017. Los principales resultados y conclusiones fueron que el 50% de representantes encuestados usan medios de promoción a veces, el 31,25% usan medios de comunicación pocas a veces, el 81,25% relacionan la calidad del producto con el precio siempre, un 75% emplea una base de datos para registrar sus proveedores siempre y un 43,75% trabaja en coordinación con sus colaboradores muchas veces y concluyo las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículo automotores en la ciudad de Huaraz, no aplican correctamente la gestión de calidad y el modelo de productividad integral, ya que solo utilizan pocos indicadores solicitados para la obtención de sus objetivos, la aplicación de todos es necesarias para lograr la productividad requerida.

Castillo & Saavedra (2017) en su trabajo de investigación titulado *La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la ferretería J & A E.I.R.L., Bagua 2017*. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo conocer el nivel de satisfacción de los clientes con respecto a la calidad de servicio brindado por la ferretería J&A E.I.R.L., Los resultados del presente estudio nos demuestran claramente que la calidad de servicio ofrecido por la ferretería J&A E.I.R.L. influye directamente

en la satisfacción de sus clientes, debido a que existe una fuerte incidencia de las dimensiones de la calidad de servicio (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) sobre la satisfacción de dichos clientes.

Antecedentes Regionales

Barreda (2017) realizó una tesis de investigación titulada :*Gestión de la calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa COMPUTROCK E.I.R.L.* Teniendo como objetivo principal el de determinar la influencia que existe en la gestión de calidad del servicio en la satisfacción del cliente en la empresa COMPUTROCK.E.I.R.L , debido a ello se tomaron en cuenta los siguientes objetivos específicos el de identificar el nivel y el grado de satisfacción que se genera con las características correspondientes .Por tal motivo la investigación se realizó de manera descriptiva con un estudio correccional teniendo un enfoque cuantitativo : en aquella encuesta se realizaron un total de 20 preguntas que se aplicó a 40 trabajadores de la empresa , obteniendo resultados asombrosos como :los servicios que realiza la identidad son fiables el 51.6% dice que está en acuerdo con la alternativa , el personal cumple con los servicios en el tiempo promedio el 89.1% está en acuerdo con eso ,las instalaciones de la identidad satisfacen la atención del cliente el 85% dice que si , el 56% de los encuestados afirman que son atendidos con una amabilidad por lo que regresarían al lugar más a menudo deduciendo que es una empresa que le importa la atención del cliente puesto que siempre están buscando maneras de solucionar los problemas teniendo en cuenta que la característica de la atención es vital en una empresa para que esta de productos satisfactorios.

Agurto (2018) en su investigación titulada: *Gestión en la calidad de atención y relación en los trabajadores*, puesto que tuvo como objetivo general determinar la relación entre

la gestión de calidad y la supervisión y desempeño puesto que no se obtuvo muy buenos resultados de las mypes por lo cual se derivó de los objetivos específicos tales como: Determinando la relación que existe entre la calidad y atención entre las relaciones que se realizan de manera asertiva con los trabajadores hallando la gestión de calidad puesto que se pudo obtener el desempeño que se tiene con el asertividad.

.Usando metodología que consta en un análisis de estudio no experimental por lo que tiene enfoque cuantitativo Teniendo un muestreo de finalidad en conocer y establecer una brecha entre los trabajadores y el cliente realizando un cuestionario de un total de 51 preguntas en un total de muestreo de 50 trabajadores , evaluando la gestión de calidad y desempeño laboral de los trabajadores , el cuestionario a utilizar es qué tipo escala Likert con una amplia sucesión de interrogantes conformadas por siete dimensiones teniendo como resultado lo siguiente el 68% se va a la dimensión de enfoque que tiene el trabajador con el cliente , dando como resultado la importancia que se le da, por otro lado el 78% afirma que es muy buena la atención que se tiene porque muestran una conducta asertiva con el cliente , el 74% da un porcentaje alto de liderazgo con el enfoque al cliente tienen un 88% de compromiso laboral y profesional como enfoque de manera profunda ,sabemos que el cuestionario nos ayudó a descubrir y analizar nuestras variables para buscar una manera de solución a los problemas en atención y gestión de calidad .

Teniendo como conclusión que la gestión de calidad es necesaria e importante para el trabajador porque de esa manera genera una comunicación asertiva con el cliente también de esa manera se evalúa qué tan viable es el producto puesto que el desempeño se encuentra en un nivel muy bueno.

Rivera (2019) realizo una investigación titulada: Calidad de servicio que brinda la empresa Elevate Business estrategias para su mejoría teniendo como objetivo general es determinar el nivel de calidad del servicio que brinda la empresa Elevate Business al

público teniendo en cuenta las estrategias que aplica, por tal motivo se derivaron objetivos específicos: Precisar y establecer el nivel de calidad del servicio que brinda la empresa con respecto a la atención al cliente. El estudio se llevó a cabo a través de la conducta observacional con la recolección de datos realizando un control en las variables. El diseño de la investigación es no experimental, transversal, descriptivo. Investigación no experimental ya que no se manipulará variables teniendo en cuenta que la muestra se tomó de 250 clientes con una confiabilidad del 95% y error 5% el instrumento a utilizar consta de 22 ítems teniendo como resultado. El que tiene el nivel más bajo de aceptación es la dimensión de Fiabilidad con 61,2%, la que tiene la más alta aceptación es dimensión en Tangibles con 30,4% y la que tiene la aceptación media es la dimensión de Capacidad de respuesta con 43,2%. Es preocupante los altos porcentajes obtenidos en el nivel bajo de aceptación para todas las dimensiones que superan el 30% y las dimensiones de Fiabilidad, empatía superan el 50% en el nivel bajo de calificación, llegando a la conclusión la viabilidad del proyecto de investigación por lo que se considera muy efectivo.

Antecedentes Locales

Raymundo (2018) en su tesis de investigación titulada La gestión de calidad y atención al cliente, en la cevichería Ingrid, distrito de Sullana que tiene como objetivo general: conocer ¿Como se desarrolla la gestión de calidad y atención al cliente en dicha cevichería? de la localidad de Sullana. Para ello se realizó una investigación cuantitativa de manera experimental puesto que no se busca obtener resultados ya que eran aleatorios se realizó dos cuestionarios diferentes, uno que va dirigido a los 10 colaboradores y otro a 68 clientes de la cevichería, en donde obtuvo los siguientes resultados, respecto a la gestión de calidad: el 60% de colaboradores expresó que están

lo suficientemente capacitados en las funciones y labores que realizan. Sin embargo esto dio a concluir que es sumamente importante tener el conocimiento del cliente para que de esa manera se puede dar una amplia estrategia.

Saavedra (2018) en su trabajo de Investigación que fue Titulado: *La gestión de calidad y el uso del marketing en la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías del distrito de Sullana, año 2018*; tuvo como objetivo general Determinar las características de la Gestión de Calidad y el uso del marketing en la Micro y Pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías del distrito de Sullana año 2018. La metodología de la investigación será de tipo descriptiva y se escogerá una muestra poblacional del sector comercio de las MYPE en estudio. La población estará conformada por un total de 68 clientes del sector comercio rubro zapaterías del Distrito de Sullana, año 2018; a quienes se les aplico un cuestionario utilizando la técnica de la encuesta donde dicho cuestionario está dirigido a los clientes de diferentes empresas; los resultados de la gestión de calidad fue: el 38% de clientes encuestados manifiesta que siempre las buenas decisiones ayudan a que las empresas crezcan, que el 28% de clientes encuestados manifestaron que siempre los productos brindados por las zapaterías cubren sus necesidades.

Llegando a la siguiente conclusión que las Zapaterías del distrito de Sullana” que la gestión se caracteriza básicamente por ser visionaria y en relación directa a la misión, visión y demandas del mercado y de los clientes. Asimismo, los clientes se muestran satisfechos con la política emprendida por la empresa la misma que toma en cuenta las exigencias de los diferentes clientes.

2.2. Bases Teóricas de la Investigación

Gestión de Calidad

Según Poma (2016) menciona que la gestión de calidad se refiere al conjunto articulado, sistemático y consensuado de normas y políticas de una empresa que se orientan básicamente al cumplimiento de los requerimientos de los compradores. (p. 45)

Debido a ello es que cuando las compañías buscan calidad deben acudir al manejo de muchas otras cosas que al final nos llevarán a la calidad. la calidad corresponde a una serie de características que tiene un bien, conseguidas a lo largo de un proceso productivo Un bien o servicio es de calidad cuando todas las cualidades que los conforman complacen y satisfacen al comprador.

González & Arciniegas (2016) nos define que el SGC es un grupo de factores que están relacionados entre sí, que actúan para determinar políticas, propósitos y procesos con el objetivo de conseguir tales metas. (p. 27)

Describir los procesos de Gestión de calidad en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020.

Describir las diferentes herramientas de Gestión de calidad en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020.

Describir las funciones en la atención al cliente en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020.

Identificar las herramientas en la atención al cliente en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020.

Referente a las características diversa de la gestión de calidad, existen diversos autores, Hernández (2018) nos menciona que la gestión de la calidad es el conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una

empresa. Es un mecanismo que tiene una organización para los procesos orientando la información para que sus clientes estén satisfechos. nos menciona también que son un conjunto de normas y estándares internacionales que se interrelacionan entre sí y cumplir los requisitos de calidad que una empresa requiere para satisfacer los requerimientos acordados con sus clientes.

Así mismo Hernández (2018) señala que con respecto al control de la calidad la mayoría de las personas sabe cuán esencial es para todo tipo de entidades. Tan importante se considera que incluso miles de estudiantes cursan algunos estudios que tienen mucho que ver con estrategias y filosofías actuales para la administración de este elemento clave como lo es la calidad. Además, no hay que dejar de lado este gran elemento pues hoy en día las organizaciones siguen desarrollándose e insertan áreas de gestión de calidad y otras que contribuyen a la protección de los clientes. Pero para que todo ello marche debidamente es fundamental que certifiquen estos sistemas de control de calidad pues aparte de potenciar la imagen de tu empresa, aumentará tu cartera de clientes y todo marchará a la perfección, tanto así que tu empresa se posicionará en un buen lugar y será altamente reconocida. Y es que cuando las compañías buscan calidad deben acudir al manejo de muchas otras cosas que al final nos llevarán a la calidad.

En el cual Souza (2019) mencionan a continuación las siete herramientas básicas que usualmente son aceptadas en la gestión de la gestión empresarial:

- **El Diagrama del Pareto:** Grafico de barras que se encarga de organizar valores en el cual se muestra una claridad en cada representación organizando por prioridades en el estudio en que se aplique.
- **El Diagrama de Causa y Efecto o de Ishikawa:** Método que involucran la relación entre un analices del problema, herramienta de calidad.

- **El Histograma:** Conjunto de datos que se grafica en forma de barra, es un instrumento muy viable ya que permite establecer la distribución e hipótesis de un funcionamiento en conjunto.
- **El Gráfico de Control:** Grafico lineal que se considera muy útil porque permite analizar el comportamiento de aquellos procesos mediante método estadístico.
- **La Hoja de Recogida de los Datos:** Estructura de una organización y agrupación de datos en el cual se requiere para medir y evaluar varios procesos.
- **La Estratificación de los datos:** Forma de clasificación en la cual se ve agrupada por aquellos criterios que se consideren determinantes en la investigación.

Entre las herramientas de calidad, podemos distinguir las herramientas utilizadas en la fase de control (para determinar el nivel de calidad existente) y la fase de análisis del proceso de producción (para determinar la causa de la falla y mejorarla).

En donde se refleja las buenas prácticas de administración y han sido preparadas como pautas para los especialistas universales en calidad.

Gonzales (2018) menciona que aquellos conocimientos técnicos son importantes por lo que los principios para la administración de la calidad son:

- **El Liderazgo:** La capacidad que ofrece una persona con habilidades comunicativas capaces de organizar y motivar influyendo en conjunto para que se puedan realizar objetivos.
- **La Participación de los trabajadores:** Donde se permite comprender y analizar las actitudes que toman los colaboradores de la empresa puesto que deben optar un enfoque específico y benefactor para la empresa.
- **El Enfoque basado en procesos:** Se logra obtener resultados mediante la integración y

alineación de información que implica la transparencia en la organización.

- **El sistema centrado hacia la gestión:** En donde se analiza los riesgos y el rendimiento que se tiene en la empresa con el fin de llegar a conclusiones viables y optimas.
- **La Mejora continua:** Actividad que permite analizar los procesos que se tiene en una empresa y de tal manera se pueda revisar y encontrar aquellos errores que permiten la mejoría constantemente.
- **El Enfoque centrado en la toma de decisiones:** Es el pensamiento realizado a el enfoque que se tiene de manera adecuada para loa solución administrativa del problema.
- **La Relación mutuamente beneficiosa con proveedores:** Esto es vital en una empresa puesto que permite satisfacer las exigencias y flexibilidad del mercado o cliente.

En la fase de análisis, utilizaremos el Diagrama de Ishikawa, el diagrama de Pareto y herramientas que proporcionan información estadística complementaria (como el histograma y el diagrama de correlación). Una vez que se encuentre la causa del fallo del proceso y se tomen las medidas correctivas apropiadas, nos centraremos en el control, Esto finaliza el ciclo que debe repetirse durante la operación del proceso. Cada herramienta básica de calidad se describirá por separado a continuación. (Hernández 2018)

Planeamiento estratégico

Es la calidad corresponde a una serie de características que tiene un bien para implementar estrategias operativas con fases muy viables que ayudan en la ejecución, conseguidas a lo largo de un proceso productivo.

En este sentido las empresas disponen de sus recursos, estrategias, medios y servicios con la finalidad de satisfacer las diferentes, demandas y requerimientos de los clientes

que nos define que el SGC es un grupo de factores que están relacionados entre sí, que actúan para determinar políticas, propósitos y procesos con el objetivo de conseguir tales metas. (Hernández 2018)

Planificación: Proceso que sirve para determinar resultados empleando sistemas viables de conocimiento, dando objetivos para brindar equidad en el siguiente paso de la estrategia el cual consta de buscar viabilidad. Este procedimiento de planeación empieza con una fase filosófica, en la cual se plantean las políticas de calidad de la organización según el rubro de la misma.

Después continua la fase analítica, en la que podremos reconocer y fijar las fortalezas y debilidades de la compañía y a la vez un estudio de los indicios negativos y positivos.

La etapa operativa es la que continua. Se basa en la determinación de fines organizacionales los cuales deben ir en relación a la filosofía y estudio empresarial.

Por último, nos encontramos con la fase del desarrollo que contempla la compañía de las funciones para ejecutar la planeación eficaz. Será de vital importancia elegir y formar al equipo de trabajo de manera que puedan cumplir sus obligaciones, motivándolos a conseguir los objetivos planteados. Esta parte termina con la gestión del programa, determinando las correcciones que deben

llevarse a cabo. (Hernández 2018)

Organización: indica que la empresa es una serie de normas, responsabilidades, y formas de actuar que deben respetar todos los individuos que se encuentran en el interior de esta, la unidad económica tiene como tarea principal disponer y organizar todas las herramientas existentes. menciona que todas las responsabilidades asignadas al personal deben estar entendibles para que después no se genere ningún

problema por malos entendidos, puesto que una planeación negativa ocasiona que haya trabajadores que ejecuten la misma obligación y por lo tanto haya trabajos que se queden sin ser realizados. (Hernández 2018)

Dirección: viene a ser la tercera parte del rompecabezas, en la cual encontramos la realización de lo planificado anteriormente, el incentivo, y la dirección para conseguir los objetivos empresariales. La administración es una fase del proceso administrativo, que incluye la influencia de los encargados en plena realización de metas. (Hernández 2018)

Control: señala que la gestión es una fase crucial de la administración, porque, aunque la compañía ha formulado un gran plan, una estructura organizativa adecuada y una

administración efectiva, si no hay un mecanismo que pueda evitar que los ejecutivos verifiquen la verdadera situación de la organización y garanticen que los hechos cumplan con los objetivos. (Hernández 2018)

Evolución

Sánchez (2017) nos afirma que existen 10% en intereses del cliente: Fidelidad e indulgencia, ante una cicatriz que argumenta a sus clientes con haberes. Venta refriega, ya que la buena destreza de un cliente supone asomar la batiente a la venta de otra naturaleza o úrico. Referencias, al genera runa incentivo bravo y gratuita para las empresas que ofrecen un buen empleo y espera a sus clientes. Mejora la motivación y ámbito de responsabilidad, ya que una mala espera al cliente los empleados pueden evidenciar a estos a las continuas quejas y broncas de clientes insatisfechos. Mejora de la productividad, ya que la legislatura manoseada en dirigir quejas y devoluciones, por la mala posibilidad, drena fortuna de la entidad que pudieran destinarse en otras áreas.

Incremento de la rentabilidad, ya que los clientes serán más proclives a retribuir mayores precios, si son atendidos acertadamente y no se les hace extraviar la asamblea en colas o en esperas al teléfono. Incremento de las ventas, al incrementar la frecuencia y repetición de los clientes de la colectividad. Se reducen las costas en marketing, las empresas que ofrecen una deficiente expectativa a sus clientes se ven necesitadas de actuar mayores dispendios en aliciente y cortejo públicas, para así rebatir los clientes que pierden constantemente y contrastar la resalte a borde opuesto. Mejora de la pintura y reputación de la corporación.

La Obtención de un rendimiento competitivo respecto a los competidores, ya que los clientes percibirán el desorbitado desacuerdo entre ser aceptablemente atendidos y la deficiente esperanza que proporcionan otras empresas nos menciona que de pacto los factores que determinan la calidad del aseo son: La accesibilidad: El ministerio es descifrable de venir, en lugares accesibles, y en el momento emparejado. Es sustancioso tener en cuenta en un instante algún, que los canales de asidero (realce de ventas, tele género, ocupación de saldo, etc.) seleccionados estén al calibre de los consumidores y haya una radio de respuesta oportuna y válido.

El aviso: La profesión y las condiciones comerciales son descritas de manera precisa y en términos fáciles de discernir por el consumidor. Específicamente se refiere a propagar detalles en cuanto a las emisiones de facturas y/o remisiones, donación de artículos, periodos y/o fechas de pagos, etc. Que soportarían la consumición. La zona de influencia del unilateral: El particular posee las habilidades y conocimientos necesarios de los úrico y mercaderías que ofrece el organismo para pender correctamente a los clientes. El parcial es educado, grato, respetuoso y apuesto. La certeza: La colectividad y sus empleados son confiables y quieren bonificar positivamente a los clientes.

Nos menciona que, a modo de resumen, en este proceso de evolución de la gestión de calidad en las empresas se distinguen cinco diferentes etapas Sánchez (2017)

Inspección: La etapa en la que se cuida la calidad de los productos mediante un trabajo de inspección.

Control Estadístico Del Proceso: La etapa en la que se cae en la cuenta de que la atención a la calidad exige observación del proceso a fin de controlarlo y mejorarlo.

Aseguramiento De La Calidad O Gestión Integral De La Calidad: La etapa en la que se percibe la necesidad de asegurar la calidad en todo el ciclo de vida del producto.

Calidad total: La etapa en la que la calidad, impregnando toda la empresa, ha de ser la estrategia a emplear para tener éxito en el mercado frente a los competidores.

Integración: La etapa en la que se integra con otros sistemas como el Sistema de Gestión Medioambiental, Sistema de Gestión de la seguridad y salud en el trabajo u otros más específicos del sector.

Atención al cliente

Según Hernández (2018) El servicio al cliente es una serie de actividades que realiza la organización contra el mercado, con el objetivo de identificar las necesidades de los clientes en la compra., logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por lo tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes. Es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo. El servicio al cliente es una serie

de actividades que realiza la organización contra el mercado, con el objetivo de

identificar las necesidades de los clientes en la compra., logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por lo tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

Beneficios

Hernández (2018) nos afirma que existen 10 beneficios de la calidad en la atención al cliente:

Fidelidad y lealtad, ante una marca que responde a sus clientes con bienes y servicios de calidad

Venta cruzada, ya que la buena experiencia de un cliente supone abrir la puerta a la venta de otros productos o servicios.

Referencias, el boca-a-boca genera una publicidad excelente y gratuita para las empresas que ofrecen un buen servicio y atención a sus clientes.

Mejora la motivación y ambiente de trabajo, ya que una mala atención al cliente quema a los empleados, al exponer a estos a las continuas quejas y broncas de clientes insatisfechos.

Mejora de la productividad, ya que el tiempo empleado en gestionar quejas y devoluciones, por la mala atención, drena recursos de la empresa que pudieran destinarse en otras áreas.

Incremento de la rentabilidad, ya que los clientes serán más proclives a pagar mayores precios, si son atendidos correctamente y no se les hace perder el tiempo en colas o en esperas al teléfono.

Incremento de las ventas, al incrementar la frecuencia y repetición de los clientes de la empresa.

Se reducen los gastos en marketing, las empresas que ofrecen una deficiente atención a sus clientes se ven necesitadas de realizar mayores gastos en publicidad y relaciones públicas, para así reponer los clientes que pierden constantemente y contrastar la boca a boca negativo.

Mejora de la imagen y reputación de la empresa.

Obtención de una ventaja competitiva respecto a los competidores, ya que los clientes percibirán la enorme diferencia entre ser bien atendidos y la deficiente atención que proporcionan otras empresas. (Sánchez 2017) nos menciona que de acuerdo los factores que determinan la calidad de los servicios son:

La accesibilidad: El servicio es fácil de obtener, en lugares accesibles, y en el momento adecuado. Es importante tener en cuenta en un momento determinado, que los canales de apoyo (fuerza de ventas, tele mercaderías, punto de venta, etc.) seleccionados estén al alcance de los consumidores y haya una capacidad de respuesta oportuna y eficiente.

La comunicación: El servicio y las condiciones comerciales son descritas de manera precisa y en términos fáciles de comprender por el consumidor. Específicamente se refiere a informar detalles en cuanto a las emisiones de facturas y/o remisiones, entrega de mercancía, periodos y/o fechas de pagos, etc. que soportarían la compra.

La capacidad del personal: El personal posee las habilidades y conocimientos necesarios de los servicios y productos que ofrece la compañía para servir adecuadamente a los clientes.

La cortesía y la amabilidad: El personal es cortés, amable, respetuoso y atento. La credibilidad: La empresa y sus empleados son confiables y quieren ayudar realmente

a los clientes.

Marco Conceptual

Micro y pequeñas empresas: son aquellas identidades conformadas por un grupo de personas electivo el cual consta de muchos factores, ya que son de magnitud menor, sabiendo que se dedican a la relación entre los productos primarios para realizar su economía, cabe resaltar que en estos años se ha visto un incremento de mypes, a lo largo del tiempo han tomado un papel super importante.

Unidad conjuntiva de un grupo de trabajadores Las MYPES en América Latina son agentes económicos con una mayor capacidad pues permiten crear empleos. No obstante, las micro y pequeñas empresas presentan muy bajos niveles de productividad y una gran elevada informalidad debido a los diversos problemas que afrontan dichas empresas y que sin embargo no tienen el apoyo por parte de las entidades para tener en regla la documentación necesaria y dejar formar parte del incumplimiento que actualmente afrontan. (Ferraro, 2018).

Gestión de calidad

Un bien o servicio es de calidad cuando todas las cualidades que los conforman complacen y satisfacen al comprador teniendo en cuenta que la gestión de calidad la conocemos básicamente por establecer criterios definidos de eficacia, eficiencia y efectividad de las acciones y estrategias definidas en función de la calidad de los bienes y servicios ofrecidos y la complacencia del usuario en sus variadas demandas y gustos. (Torres ,2018)

Atención al cliente:

Son aquellas acciones que determinan muchos factores para identificar si se hace un

buen manejo de habilidades comunicativas por lo tanto se busca, que sea de manera empática y agradable. siempre con el asertividad, herramienta que se utiliza mucho en el marketing de un producto por lo que es algo viable, siempre se tiene que buscar maneras estratégicas que ayuden en la atención del cliente, no obstante, las empresas desean saber la comunicación que se tiene de cliente a vendedor puesto que es cuando se ven las ganancias y el flujo económico. (Torres ,2018)

Según Zenvia (2021) se estima que la atención del cliente es vital y sumamente importante, a lo largo de los años se ha visto involucrado otros factores para la atención al cliente tales como: sororidad, responsabilidad, ambiente y calidad, siempre buscando el lado positivo.

Zapaterías

Es aquella donde aplica la técnica de crear y fabricar zapatos, donde se venden, en la localidad de Sullana la zapatería central es y siempre ha sido una zapatería exitosa por la calidad de su producto un 36% de zapaterías disminuyeron en los últimos años claro si nos referimos a los cambios constantes que han dado. (Orozco 2019) Análisis de resultados

III. HIPÓTESIS

El presente trabajo Características de la gestión de calidad y atención al cliente en la zapatería central en el distrito de Sullana, año 2020 de investigación no cuenta con hipótesis puesto a que no busca pronosticar una cifra o hecho en tanto al problema identificado y por ser una investigación descriptiva.

Baptista y Hernández indican que las hipótesis que no se encuentran en una tesis es porque el método de investigación que se aplica es cuantitativo siendo deducida, por lo tanto, no se busca relacionar la incidencia que se logra encontrar. Aquellos estudios cualitativos no formulan las hipótesis antes de la recolección de los datos ya que se intenta pronosticar una cifra o un hecho concurrente. Implica la convalidación y demostración de enunciados previamente señalados en relación a la veracidad o no los mismos.

IV. METODOLOGÍA

Investigación de tipo cuantitativa descriptiva, por lo que permite recopilar y analizar datos de manera objetiva puesto a que se emplea una encuesta, para determinar aproximarse a una realidad social, que forma parte del análisis deductivo permitiendo una observación empírica en la investigación. (Millán ,2018)

Fue descriptivo porque se describió las características de las variables Gestión de calidad y Atención al cliente en la zapatería central en el distrito de Sullana, año 2020.

El método observatorio que realice me permitió conocer el flujo de ingresos de la zapatería puesto que el dueño me brindo el registro de venta y el flujo más frecuente de sus clientes, de esa manera se permitió establecer los días para realizar las encuestas a los clientes, teniendo una idea más clara y optima de la cantidad de clientes a encuestar.

4.1. Diseño de la Investigación

La investigación fue de diseño no experimental- transversal- descriptivo.

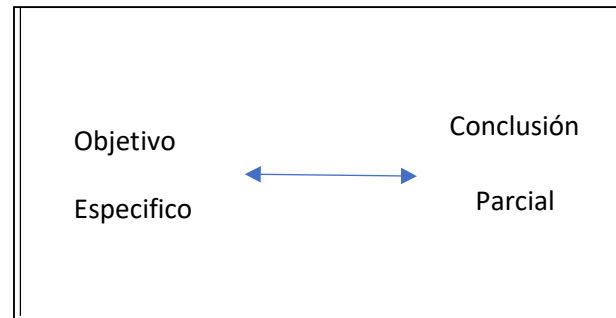
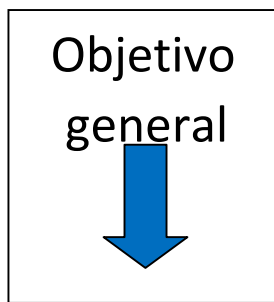
Aldas y Caiza (2017) se refiere que una investigación de diseño no experimental es aquellas que son empíricas que tienen variables independientes debido a que no se manipula los resultados, debido a que son inferencias.

El diseño de la investigación fue no experimental, ya que se realizó sin manipular deliberadamente variables Gestión de calidad y Atención al cliente solo se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Vega (2021) en su artículo expreso que cuando una investigación opta ser no de diseño transversal es porque son la manera más económica y eficaz, puesto que no es analítico.

Fue transversal, porque el estudio de investigación Características de la gestión de calidad y atención al cliente en la zapatería central en el distrito de Sullana, año 2020 se desarrolló en un espacio de tiempo determinado tendiendo un inicio y un fin

específicamente el año 2020.



4.2. Universo y muestra

Población:

Para la Gestión de Calidad la población, fue finita, dado que la conforma los 5 trabajadores de la tienda.

Para la variable Atención al Cliente, se necesitó las opiniones de los clientes, dado que es una población infinita.

Tello (2016) indica conjunto de elementos con características comunes que son objetos de análisis y para los cuales serán válidas las conclusiones de la investigación (p. 23)

Muestra

Según Suárez (2011) la muestra es: Cualquier subconjunto de una población. Para la variable Gestión de calidad se tuvo una muestra de 5 trabajadores. Por lo tanto, fue una muestra censal. Por ser menor de 50 elementos autores precisan que no requiere aplicación de métodos matemáticos o estadísticos.

Para la variable Atención al Cliente, se necesitó las opiniones de los 150 clientes, dado que es una población infinita, para llegar a los 150 clientes se fue necesario que el dueño de la zapatería nos brindara el registro de flujos de venta más frecuentes en la tienda esto permitió que de esa manera se pudiera determinar los días con un porcentaje de clientes

promedio en el cual se pudo realizar la encuesta y dar los resultados , en lo que pude rescatar de mi observación es que fue muy complejo ya que en fechas importantes se considera con un flujo mayor .

El método observatorio que se aplico fue el de analizar mediante un promedio de 3 días la cantidad de clientes que llegaban a la tienda, puesto que previamente ya se había obtenido los días más concurrentes por los posibles clientes.

No se aplicó formula porque fue de método observatorio la cual se conoce la cantidad de personas encuestadas la cual va dirigida a las dos variables.

Criterio de inclusión:

Se incluye a los trabajadores y clientes de la zapatería central del distrito de Sullana año 2020 que aceptaron participar de dicha investigación.

Criterio de exclusión:

Se excluye a personas que no trabajan y clientes que no tuvieron voluntad de apoyar la investigación.

4.3. Definición y Operacionalización de variables

Conformada por procedimientos o indicaciones que permiten realizar la medición de una variable definida conceptualmente para la recolección de datos.

Variable 01: La gestión de calidad.

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	CONCEPTO	INSTRUMENTO
LA GESTION DE CALIDA D	Es el conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una empresa (Maseda,1988)	Elementos del Proceso administrativo	Planificación	Proceso que permite desarrollar un marco estratégico.	C
			Organización	Estructura que permite establecer un orden para trabajar de forma óptima.	U
			Dirección	Conjunto de acciones que forman parte de la dirección estratégica.	E
			Control	Permite realizar una evaluación y medición para detectar medidas Correctivas.	S
		Evolución	Inspección	Condiciones a la práctica de evaluar.	T
			control	La rendición de medidas que permiten mantener un margen.	I
			Aseguramiento de la calidad o gestión	Características que tienen líneas planificadas y sistemáticas implantadas.	O
			Calidad total	Estrategia de gestión de organización que tiene como objetivo satisfacer de manera equilibrada las necesidades del cliente.	N
			Integración	Acto al incorporar un grupo basándose en la normalización, obteniendo elementos materiales o humanos con ayuda de procesos tales como la planeación y organización.	A
					I
					O
					TÉCNICA: ENCUESTA

Variable 02: Atención al cliente

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	INDICADOR CONCEPTO	INSTRUMENTO
ATENCIÓN AL CLIENTE	La atención al cliente es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de un servicio.	Beneficios de la calidad en la atención al cliente	Información	Conjunto de procesos organizados que se conoce como los datos procesados que constituyen a fuentes de datos.	C U E S T I O N A R I O
			Ubicación	El perfecto lugar que se encuentra, punto fijo o local que cumple con características importantes.	
			Precios	Es el pago de bienes o servicios que se define muchas veces por el tamaño del servicio o producto de manera general	
			Condiciones comerciales	Conjunto de reglas establecidas de acuerdo acatando las leyes entre cliente, comprador o vendedor determinando un bien general.	
			Capacidad de atención	Es la cantidad y calidad de tiempo y habilidad que se utiliza teniendo en cuenta la satisfacción del cliente.	
			Atención	Proceso en el cual se dirige aquellos recursos y habilidades mentales que son más relevantes sobre la ejecución determinada de acciones consideradas más adecuadas.	
		Dimensiones	Empatía	La habilidad de comprender y entender la comunicación entre las personas considerando sus opiniones y su sentir.	TÉCNICA: ENCUESTA
			Integridad	Condición que se tiene al conservarse con valores teniendo firmeza en las acciones y comportarse de manera correcta.	
	Imagen				

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo del estudio de investigación se utilizó la técnica para cumplir con los objetivos de la investigación planteado, la encuesta que será aplicada a los clientes de la Zapatería Central del Distrito de Sullana, año 2020. La cual hemos utilizado el instrumento que se llevó a cabo en la encuesta que consta de 20 preguntas distribuidas en gestión de calidad, el cuestionario posee 5 alternativas de respuesta (escala de Likert): Totalmente de Acuerdo (TA), Acuerdo (A), Indiferente (I), Desacuerdo (D) y Totalmente en desacuerdo (TD).

4.5. Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación que fue de nivel descriptivo se hizo uso de un cuestionario dependiendo de las variables en la cual también se hizo uso el programa Excel para la tabulación de las encuestas de recolección de datos.

Encuesta:

Esa técnica se puede aplicar a muchos individuos de forma simultánea, además se requiere de un tiempo prudencial donde se permita responder con mesura las interrogantes planteadas. Menciona. (Padilla, 2014, p. 26).

Los datos fueron obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos, recurriendo a los informantes, cuyos datos fueron ingresados a programas especiales de cómputo, tales como MS Word, MS Excel y el programa estadístico SPSS 20 para el procesamiento de datos, la presentación en tablas y gráficas y el análisis estadístico. Para el análisis de los datos se empleará las técnicas estadísticas descriptivas como la media y desviación estándar de las puntuaciones obtenidas.

4.6. Matriz de consistencia

			METODOLOGIA		
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	DISEÑO	INSTRUMENTO
<p>¿Cuáles son las Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020?</p>	<p>Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020.</p>	<p>GESTIÓN DE CALIDAD</p>	<p>Población: Finita con 5 trabajadores en gestión de calidad, e infinita en Atención al cliente</p> <p>Muestra: La muestra estuvo conformada por 150 clientes y 5 trabajadores de la mypes.</p>	<p>Tipo: Cuantitativo Nivel. Descriptivo Diseño: no experimental-transversal-</p>	<p>CUESTIONARIO</p>
	<p>OBJETIVO ESPECIFICO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir las características de la gestión de calidad en la Zapatería Central del distrito de Sullana, 2020. • Determinar las características de la atención al cliente en la Zapatería Central del distrito de Sullana, 2020. 				

		ATENCION AL CLIENTE			
--	--	------------------------	--	--	--

4.7. Principios éticos

La Universidad Uladech Católica los Ángeles de Chimbote establece los siguientes principios para todo estudio de investigación:

Protección a las personas

En la presente investigación, se protegió a las personas respetando y cuidando la información que se nos brindó, asimismo dicha información obtenida a través del cuestionario, fue usada únicamente para fines académicos, y será confidencial, cuidando así la integridad de la empresa, y dueños, cabe resaltar que la participación fue voluntaria.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad

Dentro de la investigación, se evitó el uso excesivo de las hojas, a la vez nuestros consentimientos informados se aplicó en hojas recicladas, y la encuesta se realizó de manera virtual, evitando así la impresión de las encuestas; esto con el propósito de minimizar la tala indiscriminada de árboles, a la vez se hizo un uso racional de la energía eléctrica ahorrando más la batería de la laptop, usándola en una iluminación baja, y no usando las aplicaciones que ocasionen su rápido bajo nivel de batería, como YouTube, WhatsApp.

Libre participación y derecho a estar informado.

Con respecto al cuestionario, todas las personas fueron previamente consultadas, teniendo el derecho de elegir si desean o no participar, a la vez nosotros estuvimos dispuestos a brindarles la información necesaria para que sientan la seguridad que su información no será usada para otros fines que no sean académicos.

Beneficencia no maleficencia.

Se brindó apoyo a las micro y pequeñas empresas para que estas conozcan los problemas que existen dentro de su gestión, no se causó daños a la empresa ni al representante de la misma, tampoco se buscó

tratar de vincular información que el dueño de la empresa no desee publicar, solo lo que el dueño autorice.

Justicia.

Se trató de manera justa a todas las personas por igual y en el desarrollo de la investigación también a cada uno se le presentó toda la información de manera justa.

Integridad científica.

La presente investigación se compromete a tener integridad científica respetando las normas de la Universidad, evitando el plagio, haciendo un trabajo de investigación correcto, con datos reales.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1 de resultados generales respecto a las características de la gestión de calidad en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020. (Este cuestionario solo se aplicó a los trabajadores)

Categoría	1		2		3		4		5		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Pregunta 1	0	0%	0	0%	0	0%	3	60%	2	40%	5	100%
Pregunta 2	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%	5	100%
Pregunta 3	0	0%	0	0%	4	80%	1	20%	0	0%	5	100%
Pregunta 4	0	0%	0	0%	0	0%	3	60%	2	40%	5	100%
Pregunta 5	0	0%	0	0%	0	0%	4	80%	1	20%	5	100%
Pregunta 6	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%	5	100%
Pregunta 7	0	0%	0	0%	0	0%	2	40%	3	60%	5	100%
Pregunta 8	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%	5	100%
Pregunta 9	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%	5	100%
Pregunta 10	0	0%	0	0%	3	60%	1	20%	1	20%	5	100%
Pregunta 11	0	0%	0	0%	2	40%	1	20%	2	40%	5	100%
Pregunta 12	0	0%	0	0%	1	20%	3	60%	1	20%	5	100%
TOTALES											5	100%

Leyenda	
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

Tabla 2 general respecto a las características de la atención al cliente en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020.

(Aplicada solo a los clientes).

categoría	1		2		3		4		5		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Pregunta 1	2	1%	15	10%	56	37%	30	20%	47	31%	150	100%
Pregunta 2	0	0%	0	0%	0	0%	38	25%	112	75%	150	100%
Pregunta 3	5	3%	20	13%	12	8%	50	33%	63	42%	150	100%
Pregunta 4	0	0%	18	12%	22	15%	50	33%	60	40%	150	100%
Pregunta 5	2	1%	15	10%	25	17%	18	12%	90	60%	150	100%
Pregunta 6	0	0%	15	10%	23	15%	22	15%	90	60%	150	100%
Pregunta 7	0	0%	0	0%	0	0%	55	37%	95	63%	150	100%
Pregunta 8	0	0%	2	1%	21	14%	27	18%	100	67%	150	100%
TOTALES											150	100%

leyenda	
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1. Características de la gestión de calidad en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020.

Una vez aplicada la encuesta para obtener la información, proceso a realizar el análisis de resultados obtenidos en la tabla 1 y tabla 2, por lo tanto, la información que indique genera parte fundamental para las conclusiones y recomendaciones.

Con relación a la (Tabla 1) que trata de los resultados generales respecto a las características de la gestión de calidad en la zapatería central en el distrito de Sullana año 2020, estos resultados son previos a un total de 12 preguntas realizada a 5 trabajadores teniendo como resultado que el 60% de los trabajadores de la zapatería afirman que realizan planes de acción que contribuyen con la mejora de la calidad de la tienda .Por otro lado estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Ramos (2018) quien manifestó que los trabajadores señalaron que siempre existen planes que contribuyen a la mejora de la calidad. Esto se debe a que debe existir siempre protocolos, planes, estrategias que permitan a las empresas mejorar continuamente de acuerdo a las exigencias del mercado empresarial que permitan alcanzar grandes éxitos. Algo sorprendente fue que el 100% de los trabajadores realizan acciones que van de acorde con las metas planteadas de la tienda, debido a ello cumplen con el objetivo principal que es vender. De tal manera que se observa que Participan en programas de capacitación para la mejora de calidad para la tienda con un porcentaje de 80% siendo un número elevado ya que están muy interesados con mejorar y avanzar en la calidad de la zapatería.

En cuarto punto casi siempre con un total de 60% afirma que las políticas de la empresa promueven la eficiencia del producto, dando estándares alto , continuamente el 80% cumple con los horarios establecidos con la zapatería demostrando 100% de interés y

responsabilidad junto con el compromiso que tienen con la calidad y atención , estando al pendiente de los clientes con un 60% ya que es un principal factor porque se trabaja con la empatía que se tiene porque se debe considerar dinámico y proactivo en la tienda la mayoría de los trabajadores 60% aseguran tener aquellas habilidades para lograr aquella empatía entre comprador y vendedor . dado los resultados se puede decir que Mosquera (2018) en su investigación busca Determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes obteniendo resultados muy favorables. Finalmente se concluyó que es importante conocer la relación que se maneja para efectuar alternativas de solución. Con relación a los datos en la actual investigación, más de la mitad de los trabajadores siempre y casi siempre resuelven las dudas, atienden con amabilidad, brindan información oportuna, entienden la información en redes sociales y atienden con rapidez y seguridad a los diferentes clientes que solicitan los bienes y servicios de la tienda.

Tabla 2. Características de la atención al cliente en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, Año 2020.

Respectivamente la (tabla 2) está relacionado con los clientes de la zapatería ya que se consideró un total de 150 clientes con una encuesta de 8 preguntas que permitió encontrar la relación que se tiene con la (tabla 1) en esos resultados se muestra que el interés que proporciona el vendedor a su cliente es totalmente adecuado porque permite involucrarse y que gracias a el dueño de la zapatería por realizar esas capacitaciones que hacen desarrollar habilidades comunicativas para tener empatía con el comprador, siendo este el problema más común en las diferentes zapaterías . Sin embargo, el 75% de los clientes dice que el personal que lo atendió está totalmente capacitado, debido que en estos últimos años se están realizando charlas y foros de apoyo para ayudar a los vendedores a comunicarse de manera adecuada y puedan impactar al cliente, brindando ayuda de manera rápida y segura con un 67% estamos a un porcentaje elevado, pero se estima lograr algo más aprovechable, el 63% demuestra que el

personal lo atendió de manera empática y amable. Considerablemente el 60% de los encuestados dicen que el trabajador cumplido sus expectativas y también recibo una atención adecuada.

Sin embargo, Saavedra (2018) en su trabajo de Investigación fue Titulado La gestión de calidad y el uso del marketing en la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro zapaterías del distrito de Sullana, año 2018; concluye que la gestión se caracteriza básicamente por ser visionaria y que lo importante es que el cliente se siente satisfecho.

Al decir esto está caracterizando que gestión de calidad se busca acaparar los estándares del cliente no teniendo en cuenta la participación del vendedor, saber sus necesidades o que es lo que necesita para desarrollar una buena comunicación con el cliente. Es por eso que se consideró importante en la encuesta saber el interés y conocer al trabajador. que la atención al cliente es una serie de actividades que realiza la organización contra el mercado, con el objetivo de reconocer los requerimientos de las personas, para de esa manera poder ofrecerles algo que vaya acorde con sus necesidades y queden altamente contentos con lo ofrecido.

Objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Zapatería Central en el distrito de Sullana, 2020.

De acuerdo con los datos extraídos en la presente investigación más de la mitad de los sujetos de la actual investigación señalan implícitamente que la administración de la calidad se distingue porque es promisorio, visionario y pertinente a las actuales situaciones del mercado. De la misma manera señala que la atención al cliente se orienta básicamente a satisfacer las necesidades y demandas existentes en función a la naturaleza, características y gustos hacia el calzado

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis de los resultados llevado a cabo en la presente investigación y considerando los objetivos establecidos se presentan las siguientes conclusiones:

Objetivo específico N° 1: Describir la gestión de calidad en la Zapatería Central del distrito de Sullana, 2020.

- Esta investigación me permitió establecer aquellos objetivos que se deben considerar importantes para las diferentes zapaterías, porque 60% de los trabajadores dicen que las capacitaciones les permitió desarrollar habilidades que contribuyen en la atención en el cliente.
- En los procesos de gestión de calidad que se aplican en la Zapatería Central, su enfoque demuestra interés por brindar un excelente servicio, a través de sus necesidades y gustos que presenta el cliente al momento de realizar una compra de calzado, Todo esto se da gracias a las capacitaciones que le brinda el dueño a sus trabajadores, con el objetivo de contar con un empleado eficiente y mejorando los ingresos. El 60% de los trabajadores siempre contribuyen a la mejora de calidad en la tienda.
- En las herramientas de gestión de calidad utilizadas en la Zapatería Central, se puede apreciar un enfoque en la optimización constante de la Gestión de Calidad. A través de ello se puede apreciar que el dueño tiene bien definido las metas de su negocio. El 33.3 % de los trabajadores realizan acciones que van de acorde con las metas planteadas.
- En cuanto a la Evolución de la gestión de calidad se describe que los trabajadores están de acuerdo que se debe de proteger el nivel de calidad de los

bienes ofrecidos por medio de una supervisión diaria, con la finalidad de obtener un alto nivel de calidad y aumentar el tiempo de vida útil de lo brindado al público, y como consecuencia de ello, conseguir un gran éxito en el mercado.

Objetivo específico N° 2: Caracterizar la atención al cliente en la Zapatería Central del distrito de Sullana, 2020.

- Se evidenciaron las técnicas de Atención al Cliente en la Zapatería Central del Distrito de Sullana, a través de las diferentes disposiciones que brinda el trabajador hacia el cliente, como es el trato, el saludo, la atención para informar sobre algún calzado que vaya de acuerdo con sus gustos y necesidades. El 67% de los usuarios señalan que los empleados ofrecen una atención rápida y cálida.
- En cuanto a los Beneficio de atención al cliente se describe que los trabajadores están de acuerdo que se encuentra satisfecha con la venta que le propone del producto y servicio, ya que se obtuvo un total de 60% ya que los precios de los productos que ofrece la empresa satisfacen sus necesidades.
- Las actitudes sobre la Atención al Cliente buscan satisfacer la comodidad y la seguridad hacia el consumidor al momento de pedir información sobre un calzado, esto permite que los clientes conozcan sobre lo que significa una atención de calidad, permitiendo ganar consumidores potenciales. El 63 % de los clientes encuestados manifiesta que siempre el personal que lo atendió resolvió sus dudas

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

En relación a los resultados y conclusiones obtenidas y con miras a un mejor tratamiento futuro de las variables de estudio se consideran las siguientes recomendaciones:

- Recomendar al dueño de la zapatería que se involucre con la calidad que debe tener los productos de tal motivo que se vea una cooperación por tal motivo se deben realizar áreas de espacio de atención al consumidor para que se pueda escuchar y participar.
- La Zapatería central de Sullana, es una mYPES que tiene una trayectoria grande por lo que se recomienda que con la experiencia que se tiene buscar estrategias de mercadeo, orientando a sus vendedores para que se sientan mucho más identificado con la empresa.
- Desde mi punto de vista se tiene que llegar a un acuerdo entre el cliente y el trabajador, implementando plataformas digitales y desarrollar habilidades comunicativas, utilizando conferencias de comunicación asertiva.
- Por ello una vez al año se debe realizar seguimiento y realizar un análisis general para ir mejorando continuamente, utilizando en estudio de Porter que sirve para visualizar las oportunidades y amenazas que se pueda atravesar y de esa manera generar impacto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alva, M. (2017). *La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la ferretería* [Tesis pregrado, Universidad privada Antenor Orrego] <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/2999>

Agurto, Z. (2018) *Gestión de la calidad y su relación con el desempeño de los trabajadores de la Universidad Nacional de Frontera Sullana 2018*. [Tesis pregrado, Universidad Cesar Vallejo] <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/28574>

Barrera, M. (2017) *Gestión de la calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa COMPUTROCK E.I.R.L* [Tesis pregrado, Universidad Señor de Sipán] <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6604>

Cañas. R, J (2018) *Análisis de la implementación de un sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001 versión 2015 en la empresa Totality Services S.A.S*. [Tesis pregrado, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo lozano] <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/4683>

COMEXPERU. (2020) *Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados en 2020*. <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>

Chavez. (2018). *Gestión de calidad con el modelo integral de la productividad en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores del distrito de Huaraz* [Tesis pregrado, Uladech católica] <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2541>

Hernández, D. (2018). *Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones*. Criterio Libre, 16(28), 169–185.

<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/2130>

Masaiche, F. (04 junio 2019). Bulle con la fabricación de calzado. EL COMERCIO, pág.

2. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/cevallos-fabricacion-calzado-artesanal-economia.html>

Ministerio de la Producción (2018). “Las MIPYME en cifras 2017”. PRODUCE, LIMA

<https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oe-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/829-las-mipyme-en-cifras-2017>

Mosquera, I. (2018). Calidad del servicio y satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's.

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>

Muñoz, A. (2020): *Gestión de calidad: Definición de un modelo conceptual* [Proyecto de grado,

Universidad Del Desarrollo] <https://repositorio.udd.cl/handle/11447/4667>

Ramos. (2017). Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las mypes rubro zapatería del centro de Piura, año 2017.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16007>

Rivera, M. (2019) *Calidad de servicio que brinda la empresa Elevate Business estrategias para su mejoría* [Tesis pregrado, Universidad Nacional de Piura]

<https://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/2084>

Sánchez, F. (2017). Características de la gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017. [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica]http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10598/GESTION_CALIDAD_NOLE_YACILA_SANDRA_LUCIA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Torres, Z. A. y Morales E. C. (2018). Fuerzas competitivas que moldean la estrategia en la gerencia del sector mypes del distrito de Santa Marta -Magdalena, Colombia-. Revista EAN, 84, (pp. 97-108). <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/1919>

Orozco, F. J. (2018). Estudio de tiempos y movimientos para mejoramiento de los procesos productivos de la empresa calzado LIWI. Ambato: UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/27817>

ANEXOS

ANEXO 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2020								Año 2021							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		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								
11	Redacción del pre-informe de Investigación.									X	X	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	
15	Redacción de artículo científico																X

ANEXO 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
Impresiones	S/ 0.30	1	S/ 0.30.00
Fotocopias	S/0.20	30	S/6.00
Papel bond A-4 (500 hojas)	S/ 12.00	1	S/ 12.00
Lapiceros	S/ 2.00	2	S/2.00
Servicios			
Uso de Turnitin	S/50.00	2	S/ 100.00
Sub total			S/120.30
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información	S/6.50	4	S/ 26.00
Sub total			S/26.00
Total, de presupuesto desembolsable			S/146.30
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	S/ 30.00	4	S/120.00
Búsqueda de información en base de datos	S/ 35.00	2	S/ 70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	S/ 40.00	4	S/ 160.00
Publicación de artículo en repositorio Institucional	S/ 50.00	1	S/ 50.00
Sub total			S/ 400.00
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	S/ 63.00	4	S/ 252.00
Sub total			S/ 652.00
Total, de presupuesto no desembolsable			S/ 652.00
Total (S/.)			S/ 798.30

Anexo 3: Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO PARA ENCUESTAS

Estimado representante de la empresa

Mediante el presente, solicitamos su apoyo en la realización de la investigación denominada: **Características de la gestión de calidad y atención al cliente en la zapatería Central en el distrito de Sullana, año 2020**, conducida por **Silva Cruz, Roxany Esmeralda**, alumna de la Universidad Católica Los Ángeles - Chimbote.

- La encuesta durará aproximadamente 20 minutos.
- La información brindada será utilizada sólo para esta investigación y todos los datos obtenidos serán tratados de manera anónima.
- La participación en la encuesta es totalmente voluntaria, la cual puede detenerse en cualquier momento si el participante se sintiera afectado; así como puede dejar de responder alguna interrogante que le incomode.
- Si tuviera alguna pregunta sobre la investigación, el participante puede hacerla en el momento que mejor le parezca.

La siguiente información nos otorgará la autorización solicitada:

Nombre completo del representante:	Silva Cruz, Roxany Esmeralda
Firma y sello del representante:	Silva Cruz, Roxany Esmeralda
Firma del investigador:	Silva Cruz, Roxany Esmeralda
Fecha:	Sullana, 15 de noviembre del 2021.



Anexo 4: Validaciones del instrumento

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE

INVESTIGACIÓN JUICIO DE

EXPERTOS

Yo, Mg. Lic. Ignacia Abigail Lozano Ramos, con cédula de colegiatura N° **COESPE N°214** con profesión Licenciada en Administración de Empresas y ejerciendo actualmente como experta, por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo: **Características de la gestión de calidad y atención al cliente en la zapatería Central en el distrito de Sullana, año 2020**; por la estudiante universitaria **Silva Cruz, Roxany Esmeralda** de la Escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la **adecuación** (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la **pertinencia** (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta a través de la claridad y la precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados. El detalle se presenta en el cuadro a continuación.


LIC IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
COESPE 214
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

O r d e n	Pregunta	Criterios de validación							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita a mejorar la redacción?		¿Es tendencia?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
	Variable: Gestión de la calidad								
1°	Describir la gestión de calidad en la Zapatería Central del distrito de Sullana, 2020.	✓			✓		✓		✓
1	¿Sus planes contribuyen a la mejora de la calidad de la tienda?	✓			✓		✓		✓
2	¿Sus acciones realizadas van de acorde con las metas planteadas de la tienda?	✓			✓		✓		✓
3	¿Participa en programas de capacitación para la mejora de calidad para la tienda?	✓			✓		✓		✓
4	¿Sus políticas promueven la eficiencia en un mejor servicio?	✓			✓		✓		✓
5	¿Usted cumple con los horarios establecidos en la Zapatería?	✓			✓		✓		✓
6	¿Usted muestra interés en aprender para brindar una mejor atención al cliente?	✓			✓		✓		✓
7	¿Usted está al pendiente de los requerimientos del pedido del cliente?	✓			✓		✓		✓
8	¿Usted se considera dinámico y proactivo en la tienda?	✓			✓		✓		✓
9	¿Usted se identifica con la tienda?	✓			✓		✓		✓
10	¿Usted reporta a recepción los objetos olvidados en la tienda?	✓			✓		✓		✓
11	¿Revisa las acciones que realiza para establecer mejoras de propuesta?	✓			✓		✓		✓
12	¿Usted tiene unos buenos recursos para tener un fin o satisfacer una	✓			✓		✓		✓

necesidad del cliente?									
------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
O r d e n	Pregunta	Criterios de validación							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
2°	Caracterizar la atención al cliente en la Zapatería Central del distrito de Sullana, 2020.	✓			✓		✓		✓
1	¿El personal que lo atendió resolvió sus dudas?	✓			✓		✓		✓
2	¿Cree usted que el área de atención al cliente en la tienda se encuentra en una zona adecuada?	✓			✓		✓		✓
3	¿Recibe precios por teléfono cuando lo solicitan?	✓			✓		✓		✓
4	¿Le resulta fácil de entender la información que le brinda en redes sociales?	✓			✓		✓		✓
5	¿El personal que lo atendió está debidamente capacitado?	✓			✓		✓		✓
6	¿El personal le brinda una atención	✓			✓		✓		✓

	rápida y segura?								
7	¿El personal que lo atendió mostró amabilidad en la tienda?	✓			✓		✓		✓
8	¿Confía en la integridad del personal de la tienda?	✓			✓		✓		✓


 LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

Anexo 5: Libro de códigos

Data para atención al Cliente

	A C 1	A C 2	A C 3	A C 4	A C 5	A C 6	A C 7	A C 8	A C 9
QUENTE1	3	2	5	3	4	4	2	3	2
QUENTE2	4	5	4	3	4	1	5	3	4
QUENTE3	5	5	1	3	1	4	5	3	4
QUENTE4	5	5	4	4	5	3	5	4	4
QUENTE5	3	4	4	4	5	3	4	4	1
QUENTE6	1	2	5	2	1	2	2	1	1
QUENTE7	5	1	2	4	3	4	4	4	5
QUENTE8	4	4	5	4	3	5	4	4	5
QUENTE9	5	4	5	1	1	5	4	5	5
QUENTE10	1	3	3	5	4	5	3	5	3
QUENTE11	4	4	3	5	4	5	4	5	3
QUENTE12	5	2	4	4	5	5	4	4	4
QUENTE13	5	4	4	4	5	4	4	4	4
QUENTE14	4	5	5	4	4	4	5	4	5
QUENTE15	2	2	1	2	1	2	2	1	1
QUENTE16	4	3	5	3	4	5	3	4	4
QUENTE17	5	3	4	4	5	4	3	4	2
QUENTE18	5	3	4	5	5	4	3	4	4
QUENTE19	5	4	4	2	5	4	4	5	3
QUENTE20	4	4	4	3	4	4	4	5	3
QUENTE21	4	4	5	3	4	5	4	3	3
QUENTE22	4	4	1	5	4	5	4	3	4
QUENTE23	4	4	5	4	4	5	4	3	5
QUENTE24	4	5	5	5	4	5	5	4	5
QUENTE25	3	5	3	4	3	3	5	4	5
QUENTE26	4	5	3	4	4	3	5	4	5
QUENTE27	4	4	4	5	4	4	4	5	5
QUENTE28	4	4	4	5	4	4	4	5	4
QUENTE29	5	4	5	4	5	5	4	4	4
QUENTE30	5	5	5	3	5	5	5	4	4
QUENTE31	3	4	4	4	3	5	3	4	5

CLIENTE32	3	4	4	5	3	4	4	5	4
CLIENTE33	3	4	4	5	3	4	5	5	4
CLIENTE34	4	5	3	5	4	4	5	5	4
CLIENTE35	4	5	3	4	4	4	3	4	4
CLIENTE36	4	3	3	4	4	5	3	4	5
CLIENTE37	2	1	1	2	2	1	1	2	1
CLIENTE38	4	3	5	4	4	5	4	4	5
CLIENTE39	5	4	5	4	5	5	5	4	5
CLIENTE40	5	4	5	3	5	3	4	3	3
CLIENTE41	5	4	5	4	5	3	4	4	3
CLIENTE42	4	5	5	4	4	4	5	4	4
CLIENTE43	4	5	4	4	4	4	5	4	4
CLIENTE44	4	4	4	5	4	5	4	5	5
CLIENTE45	5	4	4	5	5	5	3	5	5
CLIENTE46	1	2	2	1	1	1	2	2	1
CLIENTE47	5	3	4	4	4	5	4	3	4
CLIENTE48	5	3	4	4	5	5	4	3	4
CLIENTE49	5	4	4	3	5	5	4	4	5
CLIENTE50	4	4	4	3	3	4	4	4	5
CLIENTE51	4	4	5	3	3	4	5	4	3
CLIENTE52	4	4	5	4	5	4	5	4	3
CLIENTE53	4	4	5	5	4	4	5	4	3
CLIENTE54	4	5	5	5	5	4	5	5	4
CLIENTE55	3	5	3	5	4	3	3	5	4
CLIENTE56	4	5	3	5	4	4	3	5	4
CLIENTE57	4	4	4	5	5	4	4	4	5
CLIENTE58	4	4	4	4	5	4	4	4	5
CLIENTE59	5	4	5	4	4	5	5	4	4
CLIENTE60	5	5	5	4	3	5	5	5	4
CLIENTE61	5	3	4	5	4	3	5	5	3
CLIENTE62	4	4	5	4	5	3	4	5	3
CLIENTE63	4	5	5	4	5	3	4	5	3
CLIENTE64	1	2	1	2	2	1	1	2	2
CLIENTE65	4	3	4	4	4	4	4	5	4
CLIENTE66	5	3	4	5	4	4	5	4	4
CLIENTE67	5	5	4	5	4	4	5	4	4

CUENTE68	5	4	4	5	4	4	5	4	4
CUENTE69	5	5	4	5	4	5	5	4	5
CUENTE70	3	4	3	3	3	5	3	4	5
CUENTE71	1	2	1	1	2	2	1	2	1
CUENTE72	4	5	4	4	4	4	4	3	4
CUENTE73	4	5	4	4	4	4	4	3	4
CUENTE74	5	4	5	5	5	4	5	4	4
CUENTE75	5	3	5	5	5	5	5	4	5
CUENTE76	4	4	3	5	5	3	4	3	4
CUENTE77	4	5	3	4	5	3	4	4	5
CUENTE78	4	5	3	4	5	3	4	5	5
CUENTE79	5	5	4	4	5	4	5	5	5
CUENTE80	5	4	4	4	5	4	5	3	4
CUENTE81	3	4	4	5	4	4	3	3	4
CUENTE82	3	4	4	5	4	4	3	5	4
CUENTE83	3	4	4	5	4	4	3	4	4

CUENTE84	4	4	5	5	4	5	4	5	4
CUENTE85	4	3	5	3	4	5	4	4	3
CUENTE86	4	4	5	3	3	5	4	4	4
CUENTE87	5	4	4	4	3	4	5	5	4
CUENTE88	5	4	4	4	3	4	5	1	4
CUENTE89	4	5	4	5	4	4	4	4	5
CUENTE90	4	5	5	5	4	5	4	3	2
CUENTE91	5	5	3	4	3	4	1	4	3
CUENTE92	4	1	3	4	4	5	4	5	3
CUENTE93	4	5	3	4	5	5	4	5	3
CUENTE94	4	5	4	5	1	5	4	5	4
CUENTE95	4	5	4	5	3	4	4	4	4
CUENTE96	5	4	4	3	3	4	5	4	4
CUENTE97	5	2	4	3	5	4	5	4	4
CUENTE98	5	4	4	3	4	4	5	4	4
CUENTE99	5	4	5	4	5	4	5	4	5
CUENTE100	3	4	5	4	4	3	3	3	5
CUENTE101	3	3	5	4	4	4	3	4	5
CUENTE102	4	3	4	5	5	2	4	4	4
CUENTE103	4	3	4	5	5	4	4	4	4

CUENTE104	5	4	4	4	4	5	5	5	4
CUENTE105	5	4	5	4	3	5	5	5	5
CUENTE106	4	3	4	5	4	3	5	5	5
CUENTE107	4	4	5	4	5	3	4	4	3
CUENTE108	3	5	5	4	5	3	4	4	3
CUENTE109	4	5	5	4	5	4	4	4	3
CUENTE110	5	3	4	4	4	4	4	4	4
CUENTE111	5	3	4	5	4	4	5	5	4
CUENTE112	3	5	4	5	4	4	5	5	4
CUENTE113	3	4	4	5	4	4	5	5	4
CUENTE114	5	5	4	5	4	5	5	5	4
CUENTE115	4	4	3	3	3	5	3	3	5
CUENTE116	5	4	4	3	4	5	3	3	5
CUENTE117	4	5	4	4	4	4	4	4	2
CUENTE118	4	5	4	4	4	4	4	4	4
CUENTE119	5	4	5	5	5	4	5	5	4
CUENTE120	5	3	5	5	5	5	5	5	4
CUENTE121	4	4	3	5	2	3	4	5	5
CUENTE122	3	5	3	4	5	3	4	4	5
CUENTE123	4	5	3	4	5	3	4	4	5
CUENTE124	5	5	4	4	5	4	5	4	2
CUENTE125	5	4	4	4	5	4	5	4	4
CUENTE126	5	4	2	5	4	2	3	5	4
CUENTE127	4	4	4	5	4	4	3	5	4
CUENTE128	4	4	1	5	4	4	3	5	2
CUENTE129	4	4	5	5	4	5	1	5	4
CUENTE130	4	3	5	3	4	5	4	3	3
CUENTE131	4	4	5	3	3	5	4	3	4
CUENTE132	3	4	4	4	3	4	5	4	4
CUENTE133	4	4	4	4	3	4	5	4	4
CUENTE134	4	5	4	5	4	4	4	5	5
CUENTE135	4	5	5	5	4	5	4	5	1
CUENTE136	5	3	4	5	2	3	4	4	3
CUENTE137	2	4	5	4	5	3	4	5	3
CUENTE138	5	5	5	4	5	3	4	5	3
CUENTE139	5	5	5	4	2	1	5	5	2
CUENTE140	5	3	4	4	5	4	5	1	4

CUENTE141	5	3	4	2	4	4	3	4	4
CUENTE142	5	2	4	5	4	1	3	4	4
CUENTE143	4	4	4	1	1	4	3	2	4
CUENTE144	2	5	4	5	4	5	4	4	5
CUENTE145	4	4	3	3	4	5	4	3	5
CUENTE146	4	4	4	3	3	5	4	4	5
CUENTE147	5	5	4	4	3	4	5	4	4
CUENTE148	3	5	4	4	3	4	5	4	4
CUENTE149	3	4	5	5	4	4	4	5	4
CUENTE150	4	3	5	5	4	5	4	5	5

Anexo 6: Instrumento de recolección de datos

Instrumento: Gestión la calidad

Indicaciones:

Estimados clientes de la zapatería Central:

La presente encuesta tiene como finalidad primordial obtener información relacionada a la Gestión de calidad del referido establecimiento comercial dedicado al comercio del calzado.

Este instrumento es anónimo y agradeceremos sinceramente la veracidad en sus respuestas.

Es por ello les rogamos contestar las siguientes preguntas con toda objetividad puesto que no se trata de una evaluación, sino de una simple apreciación sobre el objeto de estudio propuesto anteriormente, la misma que será tratada de manera confidencial

Muchas Gracias.

INSTRUCCIONES: Señale con una cruz el cuadro que considere más apropiado en cada una de las siguientes proposiciones:

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca

Gestión de calidad		1	2	3	4	5
Planeamiento estratégico						
1	¿Sus planes contribuyen a la mejora de la calidad de la tienda?					
2	¿Sus acciones realizadas van de acorde con las metas planteadas de la tienda?					
3	¿Participa en programas de capacitación para la mejora de calidad para la tienda?					
4	¿Sus políticas promueven la eficiencia en un mejor servicio?					
5	¿Usted cumple con los horarios establecidos en la Zapatería?					
6	¿Usted muestra interés en aprender para brindar una mejor atención al cliente?					
Evolución						
7	¿Usted está pendiente de los requerimientos del pedido del cliente?					
8	¿Usted se considera dinámico y proactivo en la tienda?					
9	¿Usted se identifica con la tienda?					
10	¿Usted reporta a recepción los objetos olvidados en la tienda?					
11	¿Revisa las acciones que realiza para establecer mejoras de propuesta?					

12	¿Usted tiene unos buenos recursos para tener un fin o satisfacer una necesidad del cliente?					
----	---------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Instrumento: Atención al cliente

Indicaciones:

Estimados clientes de la zapatería Central - Sullana:

La presente encuesta tiene como finalidad primordial obtener información relacionada a la atención al cliente del referido establecimiento comercial dedicado al comercio del calzado.

Este instrumento es anónimo y agradeceremos sinceramente la veracidad en sus respuestas.

Es por ello les rogamos contestar las siguientes preguntas con toda objetividad puesto que no se trata de una evaluación, sino de una simple apreciación sobre el objeto de estudio propuesto anteriormente, la misma que será tratada de manera confidencial

Muchas Gracias.

INSTRUCCIONES: Señale con una cruz el cuadro que considere más apropiado en cada una de las siguientes proposiciones:

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca

Atención al cliente		1	2	3	4	5
Beneficios						
1	¿El personal que lo atendió resolvió sus dudas?					
2	¿Cree usted que el área de atención al cliente en la tienda se encuentra en una zona adecuada?					
3	¿Recibe precios por teléfono cuando lo solicitan?					
4	¿Le resulta fácil de entender la información que le brinda en redes sociales?					
Satisfacción						
5	¿El personal que lo atendió está debidamente capacitado?					
6	¿El personal le brinda una atención rápida y segura?					
7	¿El personal que lo atendió mostró amabilidad en la tienda?					
9	¿Confía en la integridad del personal de la tienda?					
8						

Fuente: Elaboración propia

Anexo 7: Fichas técnicas de los instrumentos

Nombre original del instrumento	Encuesta - Gestión de calidad				
Autor y año:	Original				
	Elaboración propia				
Objetivo del instrumento:	Obtener información relacionada a la Gestión de calidad en la zapatería Central – Sullana				
Usuarios:	Trabajadores de la zapatería Central – Sullana				
Forma de Administración o Modo de aplicación:	Personal – Presencial				
Validez	Lic. Ignacia Abigail Lozano Ramos				
Confiabilidad:	<p style="text-align: center;">Confiabilidad: Gestión de calidad</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Alfa de Cronbach</th> <th style="text-align: center;">N de elementos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">,722</td> <td style="text-align: center;">12</td> </tr> </tbody> </table>	Alfa de Cronbach	N de elementos	,722	12
Alfa de Cronbach	N de elementos				
,722	12				

Nombre original del instrumento	Encuesta - Atención al cliente
Autor y año:	Original
	Elaboración propia

Objetivo del instrumento:	Obtener información relacionada a la atención al cliente en la zapatería Central – Sullana	
Usuarios:	Trabajadores de la zapatería Central – Sullana	
Forma de Administración o Modo de aplicación:	Personal – Presencial	
Validez	Mgtr.	
Confiabilidad:	Alfa de Cronbach	N de elementos
	,780	9

Anexo 8: Confiabilidad de la investigación

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Mg. Lic. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS

ESPECIALIDAD: ESTADÍSTICO

COLEGIADO: COESPE N°214

Validez y Confiabilidad:

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 15 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

Validez: El instrumento que midió las Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en la Zapatería Central en el Distrito de Sullana, año 2020, fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 25. Dando el siguiente resultado:



LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
COESPE 214
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA ZAPATERÍA CENTRAL EN EL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2020

VARIABLE GESTION DE CALIDAD

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
12	0.785

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
G01	49,4000	10,971	,485	,765
G02	49,6000	10,686	,577	,756
G03	49,2667	11,210	,469	,767
G04	49,8667	9,695	,475	,770
G05	49,4000	10,971	,485	,765
G06	49,5333	11,695	,253	,786
G07	49,6000	11,257	,395	,773
G08	49,6667	11,238	,299	,785
G09	49,3333	11,381	,376	,775
G10	49,4000	10,400	,673	,746
G11	49,5333	11,410	,339	,779
G12	49,4000	11,257	,395	,773

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 78.5 % de confiabilidad con respecto a 12 Preguntas (15 encuestados) de la Variable Gestión de Calidad.


 LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

VARIABLE ATENCION AL CLIENTE

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
9	0.748

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
A01	36,3333	6,095	,456	,720
A02	36,4667	5,981	,494	,713
A03	36,3333	6,238	,395	,729
A04	36,3333	6,524	,177	,772
A05	36,3333	6,095	,456	,720
A06	36,4000	5,543	,693	,679
A07	36,5333	6,267	,383	,731
A08	36,1333	6,124	,586	,706
A09	36,6000	6,114	,328	,744

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 74.8% de confiabilidad con respecto a 9 Preguntas (15 encuestados) de la Variable Atención al cliente


 LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

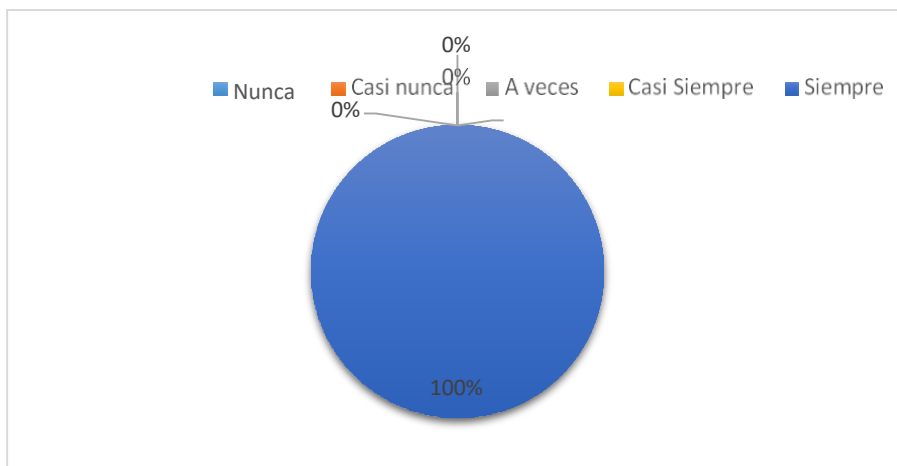
Anexo 9: Figuras

Figura 1. Planes que contribuyen a la mejora de la calidad



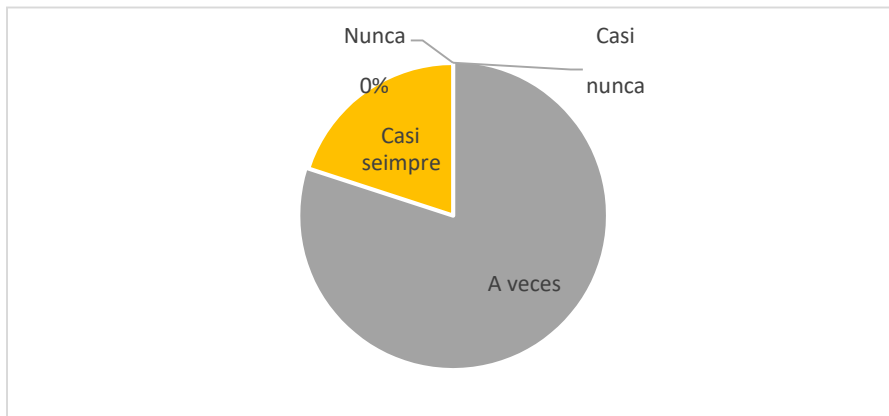
Fuente: Matriz de datos -Gestión de calidad.

Figura 2. Acciones realizadas acorde con las metas planteadas



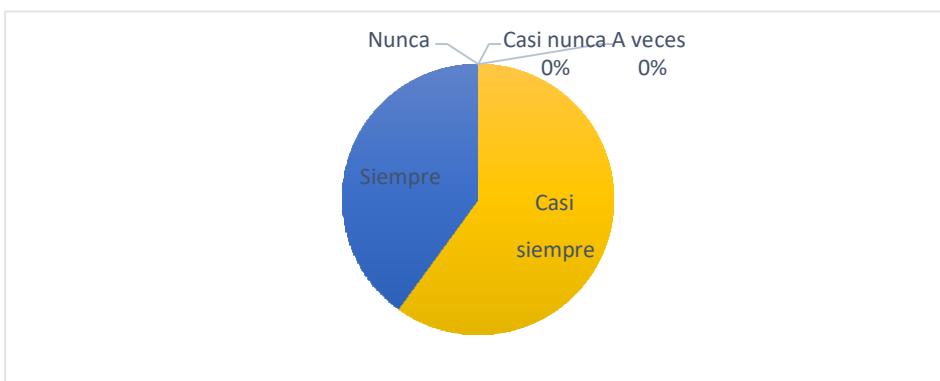
Fuente: Matriz de datos -Gestión de calidad.

Figura 3. Participa capacitaciones para la mejora de calidad



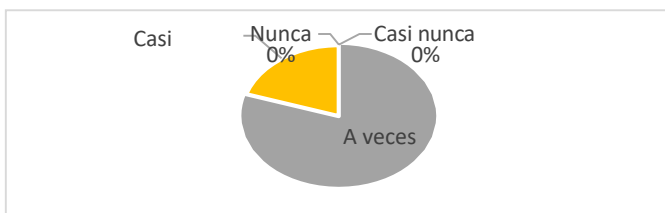
Fuente: Matriz de datos -Gestión de calidad.

Figura 4. Políticas promueven la eficiencia en un mejor servicio



Fuente: Matriz de datos -Gestión de calidad.

Figura 5. Cumple con los horarios establecidos en la Zapatería



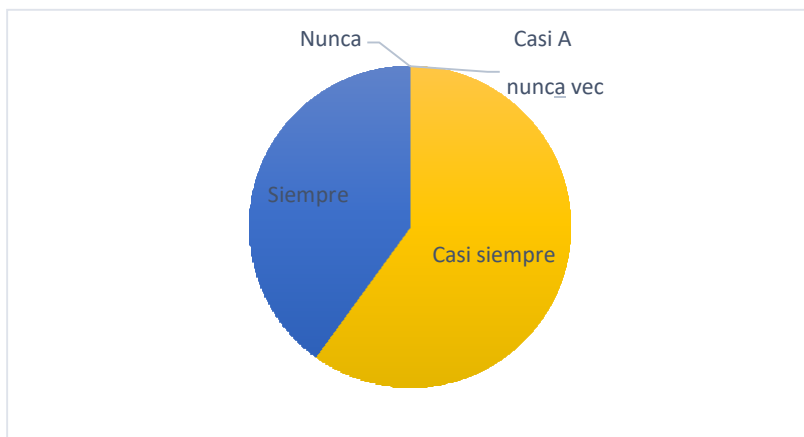
Fuente: Matriz de datos -Gestión de calidad.

Figura 6. Muestra interés en aprender para brindar una mejor atención



Fuente: Matriz de datos -Gestión de calidad.

Figura 7. Está al pendiente de los requerimientos del pedido del cliente



Fuente: Matriz de datos -Gestión de calidad.

Figura 8. se considera dinámico y proactivo en la tienda



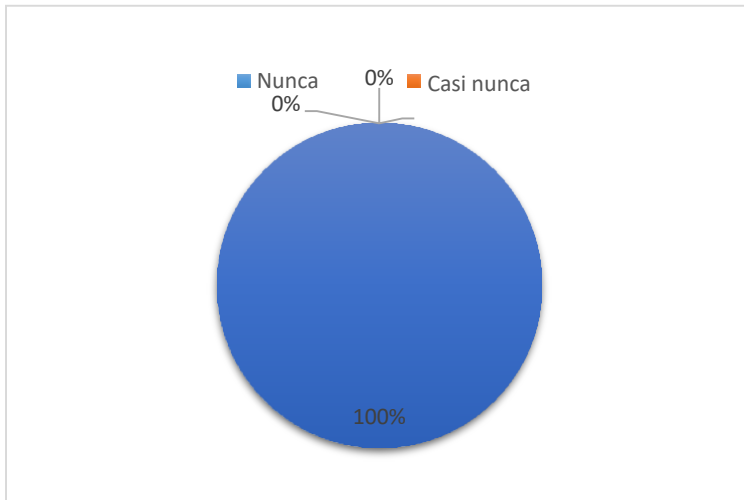
Fuente: Matriz de datos -Gestión de calidad.

Figura 9. Se identifica con la tienda



Fuente: Matriz de datos -Gestión de calidad.

Figura 10. Reporta a recepción los objetos olvidados en la tienda



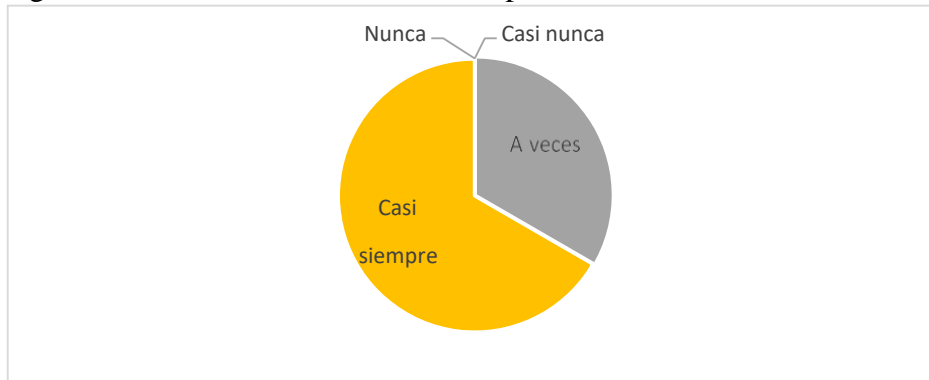
Fuente: Matriz de datos -Gestión de calidad.

Figura 11. Acciones que realiza para establecer mejoras de propuesta



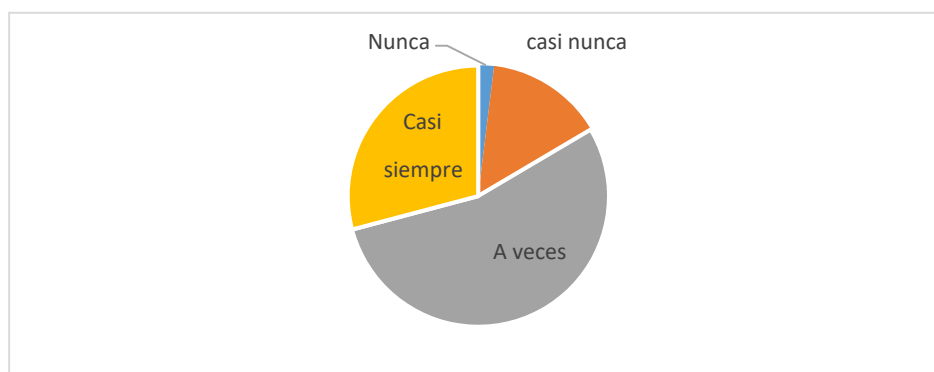
Fuente: Matriz de datos -Gestión de calidad.

Figura 12. Tiene unos buenos recursos para tener un fin o satisfacer una necesidad del cliente



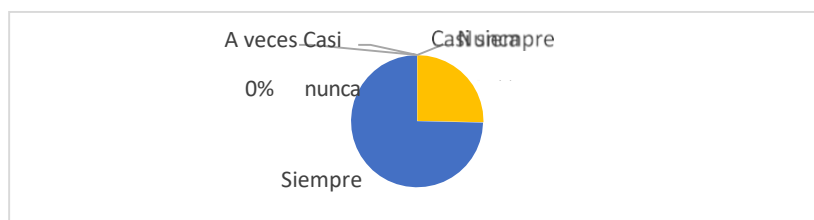
Fuente: Matriz de datos -Gestión de calidad.

Figura 13. El personal que lo atendió resolvió sus dudas



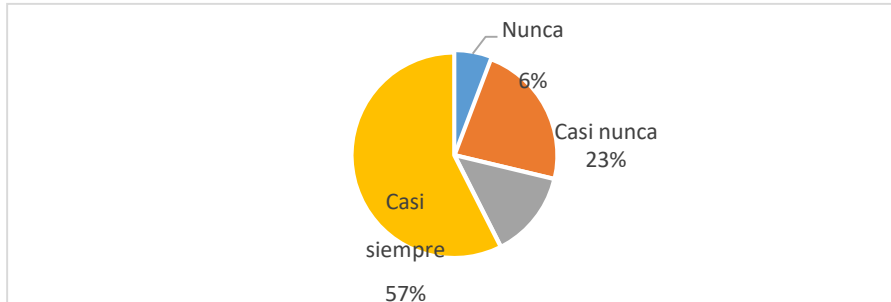
Fuente: Datos obtenidos de los clientes de la zapatería central de Sullana.

Figura 14. El área de atención al cliente en la tienda se encuentra en una zona adecuada



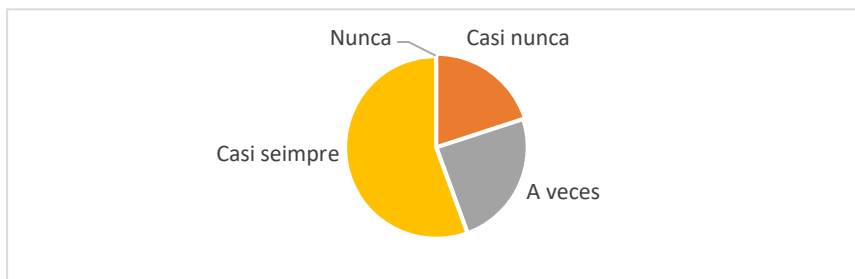
Fuente: Datos obtenidos de los clientes de la zapatería central de Sullana.

Figura 15. Recibe precios por teléfono cuando lo solicitan



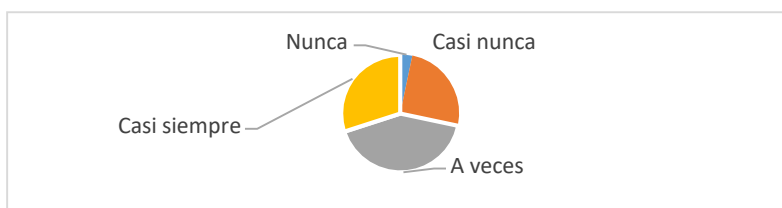
Fuente: Datos obtenidos de los clientes de la zapatería central de Sullana.

Figura 16. Resulta fácil de entender la información que le brinda en redes sociales



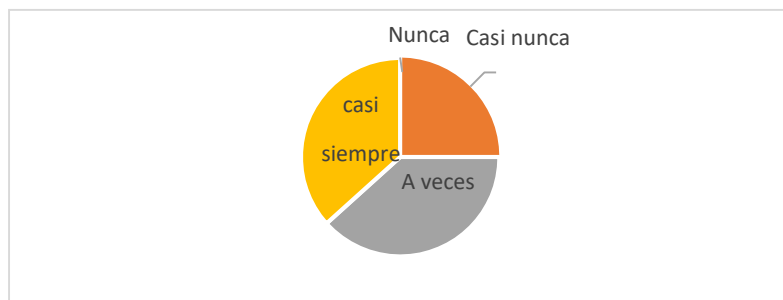
Fuente: Datos obtenidos de los clientes de la zapatería central de Sullana.

Figura 17. El personal que lo atendió está debidamente capacitado



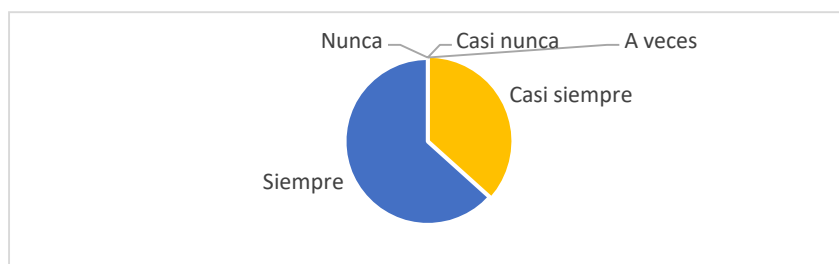
Fuente: Datos obtenidos de los clientes de la zapatería central de Sullana.

Figura 18. El personal le brinda una atención rápida y segura



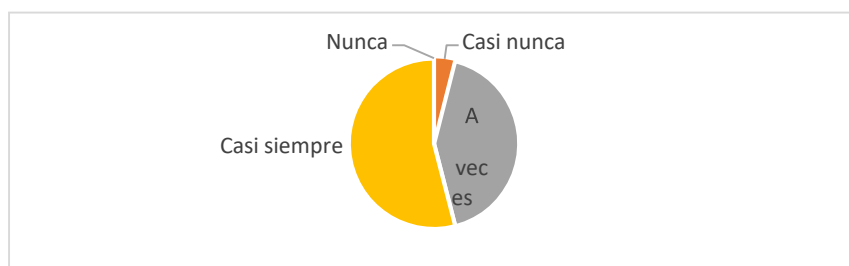
Fuente: Datos obtenidos de los clientes de la zapatería central de Sullana.

Figura 19. El personal que lo atendió mostró amabilidad en la tienda



Fuente: Datos obtenidos de los clientes de la zapatería central de Sullana.

Figura 20. Confía en la integridad del personal de la tienda



Fuente: Datos obtenidos de los clientes de la zapatería central de Sullana.

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

8%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo