



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN
AL CLIENTE DE LA EMPRESA “EL PAPIRRIQUI” RUBRO
VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ,
CHIMBOTE, 2023**

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

AUTOR

**MENDOZA CHEYÑA, ALICE VICTORIA
ORCID: 0000-0002-0402-0178**

ASESOR

**CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928**

Chimbote, Perú

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0036-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **16:20** horas del día **08** de **Enero** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

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

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA “EL PAPIRRIQUI” RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023**

Presentada Por :
(0111171137) **MENDOZA CHEYÑA ALICE VICTORIA**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **15**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

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

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Miembro

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Miembro

Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA "EL PAPIRRIQUI" RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023 Del (de la) estudiante MENDOZA CHEYÑA ALICE VICTORIA, asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 8% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

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

Chimbote, 08 de Febrero del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

AGRADECIMIENTO

Agradecer primeramente a Dios por no dejarme
Caer antes posibles problemas que quizás me
hubieran hecho retroceder ante mis metas, además
por brindarme su protección y fuerza para seguir
adelante.

También agradecer a mi familia como padre, madre y
hermanos por el apoyo moral y económico
las cuales ayudaron a culminar mis estudios
profesionales con éxito.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación
a Dios por permitirme culminar mis
estudios profesionales con fuerza y salud.

También dedico a mi padre Víctor que a pesar de las dificultades
económicas que haya pasado, supo cómo sacarme adelante
a mi madre por el apoyo moral y consejos para poder culminar
satisfactoriamente mis estudios profesionales.

De igual manera a mis hermanos, amigos y docente
por los consejos brindados para salir adelante
y poder lograr mis metas y objetivos hasta el
final.

ÍNDICE GENERAL

PÁGINAS PRELIMINARES

CARÁTULA.....	I
DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO.....	IV
ÍNDICE GENERAL.....	VI
LISTA DE FIGURAS Y TABLAS.....	VII
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
II. MARCO TEÓRICO	8
2.1. Antecedentes.....	8
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	21
2.3. Hipótesis	33
III. METODOLOGÍA.....	34
3.1. Nivel, Tipo y Diseño de investigación	34
3.2. Población y muestra	35
3.3. Variables, Definición y operacionalización.....	37
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información	39
3.5. Método de análisis de datos.....	39
3.6. Aspectos éticos	40
IV. RESULTADOS	41
V. DISCUSIÓN	49
VI. CONCLUSIONES.....	66
VII. RECOMENDACIONES.....	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69
ANEXOS.....	79
Anexo 01: Matriz de consistencia	79
Anexo 02. Instrumento de recolección de información.....	81
Anexo 03. Validez del instrumento	84
Anexo 04: Confiabilidad del instrumento	96
Anexo 05: Formato de consentimiento Informado.....	97
Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información.....	98
Anexo 07. Evidencias de ejecución (base de datos)	100

LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 01 Características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.....</i>	<i>41</i>
.	
<i>Tabla 02 Característica de la Gestión de Calidad de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 03 Características de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 04 Propuesta de mejora de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023</i>	<i>48</i>

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 Características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.....42

.

Figura 02 Característica de la Gestión de Calidad de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.44

Figura 03 Características de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.47

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulada Gestión de Calidad para mejorar la Atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” Rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023. Tuvo como objetivo general Determinar las características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023. Formulándose el siguiente enunciado del problema ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023? En su metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y de diseño no experimental, a una población y muestra de 70 clientes; utilizando la encuesta como instrumento de recolección de datos obtuvo como resultado que el 57% de los encuestados opinaron que nunca se aplicó una planeación estratégica el 51% muy pocas veces se observó tener un flujo de trabajo, el 46% muy pocas veces hace participar en entrenamientos manuales a sus clientes, el 71 % respondieron que muy pocas veces le brindaron un buen servicio, el 72 % opinaron que nunca obtuvieron una oferta con un producto o servicio. Esto concluye mayor parte de los clientes opinaron que al establecimiento le falta aplicar muchas herramientas de gestión de calidad y atención al cliente para lograr fidelizar a sus clientes.

Palabras Claves: Atención al cliente, Gestión de calidad y Mype

ABSTRACT

The present research work entitled Quality Management to improve customer service of the company “El Papirriqui” in the area of automotive paint and ironing sales, Chimbote, 2023. Its general objective was to determine the characteristics of quality management to improve service. to the customer of the company “El Papirriqui” in the area of sales of automotive paint and ironing, Chimbote, 2023. Formulating the following statement of the problem: What are the main characteristics of quality management to improve customer service of the company “El Papirriqui” ” Automotive paint and ironing sales category, Chimbote, 2023? In its descriptive methodology, quantitative level and non-experimental design, to a population and sample of 70 clients; Using the survey as a data collection instrument, the result was that 57% of respondents thought that strategic planning was never applied, 51% were rarely observed having a workflow, 46% very rarely participated in manual training to their clients, 71% responded that they very rarely provided good service, 72% thought that they never obtained an offer with a product or service. This concludes that most of the clients believed that the establishment needs to apply many quality management and customer service tools to achieve customer loyalty.

Keywords: Customer service, Quality management and Mype

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La Gestión de calidad y la atención al cliente son herramientas muy indispensable para cualquier empresa, esto ayuda obtener una buena organización y control a necesidades según a objetivos específicos que se plantee la empresa, para el crecimiento de una empresa se necesita un conjunto de estrategias y procedimientos a cuanto a la gestión de calidad en atención al cliente con un desarrollo funcional y constante para así lograr la satisfacción del cliente como a la organización, favoreciéndose a cuanto a sus metas y objetivo que se hayan propuesto. Según García, (2021) indica que la gestión de calidad tiene como objetivo supervisar y maximizar la lealtad de los usuarios, al no adoptar una gestión de calidad adecuada puede significar pérdidas en aspectos económicos y de recurso humano, por eso mismo tener en claro un enfoque al cliente midiendo su satisfacción y asegurarse que toda la organización este de acuerdo con las necesidades del cliente.

En el mundo entero se vio perjudicado por una pandemia que tuvo como nombre la covid-19 que ha llegado a perjudicar a muchas empresas aún más a las pequeñas empresas de algunos rubros, llevando a una pérdida económica mundialmente, en China, Unión Europea y los Estados Unidos de América asedia a los 126 000 millones de dólares en pérdidas en 2020. Prácticamente el 55 % de las pymes afirman que la pandemia ha afectado gravemente a sus operaciones empresariales. Para estudiar la Gestión de calidad en la atención al cliente es significativo saber que en algunos países no se gestiona igual. Sin apropiación aún existen realidades donde la normalización no ha llegado: países africanos, sudamericanos considerados del tercer mundo donde todo esto suena todavía muy lejano, por la mala gestión de sus representantes que no llegan a un acuerdo y que prefieren

satisfacer sus propios intereses, las causas que se presentan es la pobreza extrema y la falta de empleo que vive cada País de las regiones ya mencionadas, normalmente se piensa en la certificación ISO como medio de normalización universal para verificar los objetivos de cada país para desarrollar a un mismo nivel de todas las regiones, para una buena competitividad y así se supere cada país con un trabajo con eficacia y evitar la distinción de países (Hetland, 2020).

En China como líder mundial en cuanto al número de empresas certificadas donde la guerra de precios y la presión para buscar clientes potenciales, han obligado que muchas organizaciones chinas se vean en vuelta en publicidad falsa y con demora de entrega de productos, donde se vieron perjudicadas las empresas receptoras como a los clientes dando una mala reputación hacia los consumidores y eso obliga a que las empresas chinas tengan la reputación de las marca más fraudulentas del todo el mundo donde la única solución es que implementen una sistema de gestión de calidad y atención al cliente con productos buenos aunque sea de precio elevado pero con un buen producto de calidad para satisfacer y mantener contentos a los clientes además que resulten más atractivas e importantes para mejorar la reputación de los mercados chino (ISO, 2020).

En África el problema se centra en la poca competitividad en la mejora de la gestión de calidad en la atención al cliente, La mayoría de las empresas no aplica ninguna norma de producción ni de gestión y apenas 23 tenían la certificación de la norma ISO 9001. Tampoco había una armonización regional de las normas y en seis países, los órganos de normalización eran incapaces de comunicar las normas internacionales a los sectores locales unas de las causas es la falta de orientación de las personas que desconocen los términos de la gestión de calidad mayor parte de las mypes cada día luchan por sobrevivir para llevar el sustento a sus casas, por consecuencia tenemos la pobreza extrema y la explotación sexual

de niños y mujeres, donde al país no le permite desarrollarse por el poco interés de las personas, una de las soluciones, es que una organización social los oriente para llevar un mejor rendimiento en cuanto a la gestión de calidad y atención al cliente. (Centro de comercio Internacional, 2016).

En España la falta de exigencia de Gestión de calidad por parte del cliente, en la pequeñas empresas y no tan pequeñas de los sectores más diversos, una de las causas se debe a que los representantes o dueños de las mypes toman poco interés de dar información sobre los productos que se están llevando, donde el cliente se siente desorientado del producto que lleva solo agarra y paga en caja. Las consecuencias son la poca satisfacción de ir a comprar y solo hacerlo por necesidad. Para mejorar este tipo de manejo empresarial primeramente tiene que observar y socializar con el cliente, demostrando lo importante que viene hacer, así mismo demostrar interés, para ser sentir la satisfacción hasta lograr fidelización al cliente (González, 2016).

En América Latina influyen de manera decisiva sobre el desempeño de las micro y pequeñas empresas donde la gestión de calidad y atención al cliente se ve afectado severamente, las causas que esto conlleva es la inactividad de exportaciones e ingresos para la región y el desempleo, las consecuencias que se presentan son en los agricultores, comerciantes y consumidores ya que en América latina tienen recursos de exportación pero por la falta de intereses de algunos gobiernos que no apoyan a sus productores siendo una mala gestión de parte de las regiones, por lo tanto se sugiere que la implementación de ambas variables son fundamental para un trato de alto calibre ya que el otro país consumidor estará satisfecho con la materia prima recibida hasta lograr fidelización (INEC, 2017).

En Colombia la Gestión de calidad y la atención al cliente se encontró que aproximadamente el 30% de mypes no tienen educación en cuanto a las variables de la

investigación ya que les es difícil posicionarse en el mercado por eso mismo se puede encontrar un grupo de consumidores satisfechos e insatisfechos porque no todas las mypes tienen un buen trato con sus clientes, ya que las opiniones siempre varían mientras hallan más consumidores, la solución que se sugiere es que implementen un impacto de venta con una buena atención al cliente para que los consumidores satisfechos y fidelizados recomienden a demás personas para la empresa. (Ñaurima, 2016).

En Ecuador entre micro, pequeñas y medianas empresas el problema se basa en los clientes externos e internos, por los proveedores en la falta de comprensión hacia los clientes, las consecuencias que se presente son clientes insatisfechos y la decepción de los vendedores, se sugiere implementar con la mayor importancia la gestión de calidad y atención al cliente para mantener clientes fieles y felices para su región, para sentirse orgulloso de su país por el buen desarrollo que lleva. (Veintimilla, 2016).

En Perú Todo el proceso de Gestión de calidad y atención al cliente es parte vital para que el consumidor vuelva a realizar una compra o emplear un servicio. Es así que el 67% de los encuestados ha señalado que no regresaría si tiene una mala experiencia en el servicio, mientras que un 60% pide el libro de reclamaciones debido a que la poca falta de interés de cada micro empresario por eso se genera mucha competitividad de micro empresas pero siguen cometiendo el mismo error es como un círculo vicioso que avanza sin alguien más pararlo, una de las causantes es que los dueños de las mypes no implementan la gestión de calidad y atención al cliente y de las consecuencias que se tiene es de tener clientes insatisfechos y frustrados diariamente, la solución que se puede implementar que se llenen de información sobre la importancia dichas variables para sus mypes ya que es fundamental tener esas 2 a más variables para mantener contentos a los clientes y que este vuelva al establecimiento ya que permanecer clientes fieles es de suma importancia para la

empresa ya que gracias a los clientes se puede cumplir los objetivos y metas del día gracias a los ingresos que se pueda generar. (Gestión, 2018).

En Chimbote el 62% de encuestados a los clientes nos dice que hay una mala atención y que no se gestiona la calidad a causas de una mala organización y desconocimiento de la gestión de calidad y de más instrumentos que sirven para mantener satisfechos a los clientes, las consecuencias que se ven son clientes insatisfechos y frustrados que no pueden permanecer fieles en un solo establecimiento, diariamente se ve la incomodidad de parte de clientes que cambian de lugar por ejemplo de restaurantes, operadores y puesto de ventas, se sugiere que las mypes de Chimbote tomen más interés hacia los clientes, si el cliente no vuelve no quedarse con los brazos cruzados o de forma arrogante decir si, se va 1 vienen 8 ya que la forma de generar ganancias y ser recomendado por los mismo clientes por una buena atención, así mismo no olvidarse de todas las herramientas y técnicas que la gestión y atención al cliente nos trae ya que ayuda a medir cómo va el rendimiento en la mype y hacia los trabajadores, ya que un mype bien organizada hace que crezca y genere empleo para las personas que lo necesitan y ayuda a su región económicamente para que se implementen nuevas vías de servicio, bienes y de satisfacción para el ciudadano (Saldaña, 2018).

En el distrito de Chimbote, el caso de la mype el papirriqui, se dedica a la venta de pintura y planchado automotriz, el problema encontrado en la mype se basa en la atención al cliente para mejorar la gestión de calidad en el establecimiento, debido a una pequeña encuesta externa a algunos de clientes, se dio a conocer que el dueño del establecimiento le falta dar buen trato y satisfacer sus necesidades, unos de los factores es el tiempo ya que el planchado y pintar autos demanda de tiempo, además cuenta con personal no capacitado

para atender necesidades específicas, en conclusión el establecimiento por la falta de desconocimiento en la atención al cliente no logra fidelizar a sus clientes.

Es importante que es una buena atención al cliente para poder conseguir clientes satisfechos y resultados positivos para el establecimiento, por lo que en este proyecto de investigación queda la responsabilidad en mejorar la información hacia esa empresa y garantizar un mejor desarrollo de las herramientas en cuanto a Gestión de calidad para mejorar la Atención al cliente. Así mismo obtuvo una justificación metodológica que se desarrolló mediante un cuestionario para saber las características de gestión de calidad y atención al cliente, donde permitirá identificar principales problemas que atraviesa el establecimiento, esto será aplicado a los propios clientes frecuentes del establecimiento, dando un resultado que ayudara a mejorar la Gestión de calidad y la Atención al cliente.

Por lo anteriormente expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el Objetivo General:

- Determinar las características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Para lograr alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

- Determinar la característica de la Gestión de Calidad de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

- Describir las características de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.
- Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Justificación

La investigación se justifica porque se realizará una propuesta de mejora con las principales características en Atención al cliente que presenta la empresa investigada y como ayudará a mejorar a la gestión de calidad con la técnica de atención al cliente y así poder lograr resultados como: incrementar las ventas y tener clientes satisfechos. Este proyecto de Investigación también ayudará a identificar los problemas que atraviesa la empresa por malas decisiones que se pudieron tomar, ya que esta investigación está destinada a los representantes y clientes de la empresa “El Papirriqui”, ya que ellos formaran parte de la investigación, esto ayudará a tener conocimiento de cómo se podrá mejorar el problema relacionado con la empresa y qué actitudes y herramientas se deban tomar para un buen funcionamiento, control y satisfacción por parte de sus clientes. El presente trabajo de investigación se justifica con el fin de conocer la propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para mejorar la Gestión De Calidad en la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023

La investigación de este proyecto es importante para el público en general ya que servirá como orientación para estudiantes e investigadores incognitos, que estarán trabajando en proyectos de investigación relacionado con problemáticas similares y en común de diversas empresas en el Perú.

Este proyecto de Investigación también ayudará a identificar los problemas que conlleva la mala práctica en la gestión de calidad, ya que esto se considera un problema

común de muchas mypes, porque mayor parte de los representantes apenas llego a terminar el grado escolar, llegando a desconocer diferentes variables en gestión de calidad, por lo que este proyecto ayudará a identificar el problema que pueda estar atravesando cualquier representante o dueño de una empresa.

Finalmente, el trabajo de investigación se justificará en brindar una información confiable tanto a alumnos y docentes universitarios de la ULADECH (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote) o cualquier universidad, y así poder seguir mejorando en aspecto de proyectos científico en investigación de mi carrera de Administración de empresas y poder lograr para mi grado de título Profesional de Licenciado en Administración.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales.

Pincay & Parra (2020) En su tesis *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*, Este proyecto de investigación es para obtener el grado de maestría en administración de empresas en la universidad Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtuvo como objetivo describir una propuesta de mejorar en cuanto a la calidad de servicio en una organización de alimentos. Cuyos resultados se evidenciaron que la empresa tiene una calidad de servicio regular, lo que se considera un problema específico que lleva relación con la empatía; además se encontró que no se brinda una atención flexible y rápida hacia los clientes; además los colaboradores carecen de habilidades insuficientes para realizar un servicio sin cometer errores según la percepción de los clientes. En cuanto a la metodología fue cualitativo empleando un método inductivo-descriptivo. Por lo que llego a la conclusión. La responsabilidad que llevan a cabo las

MYPES a nivel mundial y principalmente en Ecuador, es relevante la mypes para contribución a la generación de empleo, sino también en virtud de su intervención en el desarrollo socio-económico sobre todo de las zonas en donde se ubican. “La literatura señala particularmente que en Latinoamérica y el Caribe 47% del empleo, es impulsado por las MIPYMES con lo cual asegura no sólo, la distribución de la riqueza, sino el encadenamiento productivo que genera, lo cual es un pilar fundamental cuando se trata de desarrollo económico y las mejoras en calidad de vida de la población. Sin embargo, las investigaciones han llegado a encontrar que existen elementos que inciden en la permanencia de las PYMES en el mercado, siendo la calidad de servicio ofrecido uno de los factores que ocasionan que los clientes ganen o pierdan fidelidad con la empresa y por tanto continúen de manera competitiva en el 6 mercado.”

Cárdenas (2019), En su investigación titulada *Análisis de la Gestión de Calidad del servicio de Atención al Cliente en Café Lúcumá Para un Plan de Mejora*, tuvo como objetivo general: Analizar el servicio de café Lúcumá para mejorar la calidad de atención al cliente. El diseño de investigación que utilizó fue No experimental, transversal y descriptivo donde nos dice que, un 45,10% está de acuerdo en que la apariencia del personal va de acorde con el servicio prestado siendo esta la mayoría de clientes, Con un 48,9% respondieron con un de acuerdo que en la cafetería si comprenden los pedidos de los clientes al momento de servir, existe cierta empatía, Con un 46,6% está de acuerdo a que en el establecimiento de café lúcumá hay equipos modernos En cuanto al servicio que se ofrece dentro del establecimiento un 46,3% considera en que está de acuerdo con respecto a la seguridad en el momento de ofrecer los distintos productos por medio del servicio al cliente, Un 47% está de acuerdo que el producto está servido en el tiempo establecido, Un número significativo que es el 57,8% califica de manera negativa al afirmar que no superó las

expectativas al momento de haber recibido el servicio brindado Conclusiones: A través del desarrollo de la investigación, se evidencia que el servicio al cliente es muy importante en cualquier compañía, de ello depende el éxito o el fracaso de la misma. Para una empresa es bueno que el cliente salga satisfecho para que ellos recomienden el lugar por sus aperitivos y buen servicio.

Marin, Sanabria, & Sanchez (2019) En la tesis de investigación titulada *Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet)*; Fue para obtener el grado de Especialista en Gerencia de la Calidad. Como objetivo Generar una propuesta de implementación de un sistema de gestión de calidad alineada a la norma ISO 9001-2015, en cuando al restaurante Connecta fue enfocado el mejoramiento continuo en proceso administrativo comercial. La metodología de la investigación es de tipo descriptiva, de tipo documental y de campo o diseño de campo. Las conclusiones: El contexto de la empresa permitió observar un diagnóstico claro con las herramientas de árbol por lo que se logró a identificar problemas de las diferentes variables y así poder actuar con el enfoque de la implementación del SGC en el mismo. Por lo que se crea un mapa de proceso al igual q la caracterización con los procesos que incluyen a la actividad económica del Restaurante y por ende se logró establecer e identificar el Rol y responsable de las actividades, así como la documentación y herramientas de medición necesarias para el seguimiento y control.

Torres (2019) en su investigación titulada: *Diseño de propuesta para mejorar la calidad del servicio al cliente en la Sanduchería y Pastelería “le croissant” del Cantón Samborondón* para optar por el título de Ingeniero en Gestión Empresarial presentado en la Universidad de Guayaquil, Ecuador. Obtuvo como objetivo general diseñar la propuesta para el Mejoramiento de Calidad en el Servicio a los Clientes de la Sanduchería y Pastelería

“Le Croissant” del Cantón Samborondon. La investigación fue realizada utilizando el método cuantitativo, para la obtención de la información se aplicó una encuesta que fue elaborada con preguntas cerradas para medir la calidad del servicio al cliente de 7 empleados que forman parte del establecimiento estudiado, la capacitación se desarrolló mediante la empresa SBS CONSULTING porque brindan servicios de capacitación, asesoría y consultoría con altos estándares de calidad que ayudan al personal de las organizaciones a mejorar su productividad y gestión empresarial global. Como resultados se obtuvo que la capacitación acerca del servicio al cliente en Le Croissant ayudará a la cultura organizacional de los empleados, preparándolos para puedan desarrollarse de manera precisa ante una gama de clientes complejos y exigentes. Un 48% de los clientes encuestados asiste con frecuencia de 3 o 4 veces al mes a consumir en la Sanduchería, es importante este resultado ya que da a conocer que tiene mayor parte de clientes fijos y es fundamental que sean bien atendidos, el 33% asisten 5 o más y el 19% asiste entre 1 y 2 veces al mes, al establecimiento, como se puede visualizar la empresa tiene mayor parte de clientes que asisten con frecuencia y que están conociendo el lugar por lo tanto es primordial que se genere un buen servicio de calidad, y como resultado sea un cliente satisfecho que pueda seguir visitando y consumiendo en la Sanduchería y que 30% de los clientes encuestados califica como regular la actitud en el servicio que reciben de los trabajadores, el 19% considera como bueno la atención, 19% como muy buena y 17% excelente, esta apreciación nos da una visión fundamentada en que son pocos los clientes que no están satisfecho en la actitud del personal y casi gran parte es bien atendida en cuanto a este valor, además la atención y actitud de los trabajadores es primordial brindar un servicio personalizado con actitud positiva transmitiendo seguridad, atención y finalmente generar un buen ambiente entre cliente y trabajador. Como conclusión, solo el 40% está satisfecho con la atención al

cliente que reciben de 9 parte el personal y el 60% no reciben una excelente atención, lo que ocasiona que la empresa no tenga un buen prestigio de sus clientes.

Cárdenas & Escobar (2019) En su investigación Titulada *Propuesta de formalización del enfoque de atención al cliente y contables para el Minimarket Joselito*, para optar por el título de Ingeniería Comercial de la Universidad de Guayaquil, Ecuador. El objetivo general mejorar los enfoques de atención al cliente y contables en el minimarket ubicado en Chongón, se dio la estrategia de formalizar e implementr un sistema de cobro, lo cual permitirá obtener ingreso para el negocio. Como metodología es cualitativo de tipo descriptiva para lograr resultados de instrumento para la recolección de datos se utilizó la entrevista y ficha de observación. Por lo que se encontró principales problemas mediante los resultados, dentro el enfoque de atención al cliente la empresa presenta falencias. En conclusión, se pudo determinar que el dueño del establecimiento debe formalizar y aplicar las mejoras propuestas respecto a procesos deficientes, asimismo, implementar el proceso de sistema de cobro que mejora del rendimiento y administración.

2.1.2. Antecedentes Nacionales.

Beltrán (2021) En su investigación titulada. *Propuesta de mejora en la Atención al cliente para la Gestión de calidad de la mype del sector comercio, rubro abarrotes, caso: “Bodega Lucerito”, cañete – 2020*. El presente trabajo de investigación, tuvo como Objetivo Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la MYPE del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, Cañete – 2020. El estudio mantiene un alcance local ya que se realizará la investigación en la MYPE estudio de caso “Bodega Lucerito”. Asimismo, metodológicamente, la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de corte transversal y nivel descriptivo. Con una población la MYPE, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Lucerito”, con la aplicación de

un cuestionario bajo la técnica de encuesta, que se realizó a 110 clientes. Respecto a la atención al cliente: la investigación señala que el 38.2% están totalmente de acuerdo con el buen servicio que brinda la empresa, el 26.4% están totalmente de acuerdo que la atención es rápida y oportuna y el 32.7% están de totalmente de acuerdo con la amabilidad y eficacia; esto significa que hay aspectos por mejorar, en relación a la capacidad de respuesta, la eficacia y de esa manera mantener satisfechos a sus clientes.

Respecto a la Gestión de Calidad: La investigación señala que los servicios brindados por la bodega “Lucerito” son considerados como bueno, es decir aplica los procesos de gestión de la calidad. Se concluye que la propuesta de mejora estará centrada en mejorar la atención al cliente, con una atención eficiente y amable para el cliente, así como mejorar la rapidez en la prestación del servicio que sea rápida y oportuna.

Ticona (2021) En su investigación titulada. *Propuesta de mejora en la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las Mypes del sector servicios, rubro salones de belleza de la ciudad de Tingo María, 2020*. En los salones de belleza de Tingo María se percibió falencias referentes a la prestación de calidad de servicio que se brinda al cliente; por ello el enunciado ¿Cuál es la propuesta de mejora en la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad?; el objetivo principal: Proponer la mejora en la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las Mypes del sector servicios, rubro salones de belleza de la ciudad de Tingo María, 2020. La variable es Atención al Cliente como factor relevante para la Gestión de la Calidad, la metodología es de tipo cuantitativo; muestreo no probabilístico, se consideró el 100% de las Mypes formales; nivel de investigación Descriptivo, diseño No experimental, técnica la encuesta, instrumento el cuestionario, medición escala de Likert. Resultados respecto a la Atención al cliente: El 67.00% casi siempre están conformes con el producto que ofrecen, y

60.00% dijo que siempre el servicio brindado es el adecuado y respecto a la Gestión de Calidad: El 46.00% manifestó que casi siempre se incrementa la calidad de servicio al cliente con la mejora continua y 74.00% expresó que casi siempre sus clientes están plenamente satisfechos con el servicio que brindan. En conclusión, los emprendedores sostuvieron que relativamente sus clientes están satisfechos por la buena atención; es relativo en admitir sugerencias de los clientes, aplican benchmarking en relación a la satisfacción y atención al cliente. Consideran que los clientes están satisfechos por los servicios de calidad que brindan, por lo mismo generan rentabilidad con las estrategias aplicadas en el contexto actual. Se enfatiza la articulación de la satisfacción de los clientes en función de la mejora continua.

Huaman (2020) en su tesis de investigación titulada *Propuesta de Mejora de Atención al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurante: Caso “Restaurant – Pollería Rodrigo’S”*. San Vicente-Cañete, 2019); Investigación para obtener grado de título de Profesional de Licenciado en Administración. Teniendo como objetivo Elaborar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso “restaurant – pollería Rodrigo’s”. San Vicente – Cañete, 2019. La metodología de la investigación es de tipo Cuantitativo Nivel de la Investigación Descriptivo Diseño de la Investigación Transversal – No Experimental. El mismo que llego a las siguientes conclusiones: De acuerdo al objetivo general elaborar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro 9 restaurante: caso “restaurant – pollería Rodrigo’s”, San Vicente – Cañete, 2019.””Se elaboró la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes caso “Restaurant –

Pollería Rodríguez, San Vicente – Cañete, 2019, detallada en el punto “Aspectos complementarios”, la cual incluye realizar mejoras en el ambiente interno (cultura corporativa, relación entre empleados), los mecanismos de control interno implementando un buzón de sugerencias y la capacidad de respuesta a través de mejorar los tiempos de espera de los servicios con una comunicación fluida entre el empleador y el trabajador.”

Ludeña (2020) en su tesis de investigación titulada *Propuesta de Mejora de Atención al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Hospedaje Caso: El Bosque, Nuevo Imperial- Cañete, 2019*); Investigación para obtener grado de Título Profesional de Licenciada de Administración. Teniendo como objetivo Elaborar la propuesta de mejora de atención al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro hospedaje caso: el Bosque, Nuevo Imperial cañete, 2019. La metodología de la investigación La metodología de la investigación es de tipo Cuantitativo Nivel de la Investigación Descriptivo Diseño de la Investigación Transversal – No Experimental. El mismo que llego a las siguientes conclusiones: La propuesta de mejora para el servicio del hospedaje está basada en procesos de Gestión de negocio para mejorar la eficacia de servicio, desempeño y la optimización, ya que se cuenta con métodos y procedimientos que permite buenos resultados 10 por un tiempo prologando por la empresa que pretende lograr, sino tiene ligado sus respectivos planes efectivos por área y si no hace correctamente sus funciones de cada empleado va a continuar fallando en el logro de sus objetivos estratégicos. Se plantea la ejecución de estudios anticipado para evaluar las necesidades de los requerimientos del cliente y métodos de planificación empresarial, de tal manera que cuente con las áreas operativas necesarias y personal requerido. De mismo modo debe innovarse en la organización y normas, que aporte a la empresa.

Samanez (2019) en su tesis de investigación titulada *Gestión de Calidad en Atención al Cliente y Propuesta De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Sayan, Provincia de Huaura, Año 2019.*; Investigación para obtener grado de Título Profesional de Licenciada de Administración. Teniendo como objetivo Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. La metodología de la investigación es de tipo Cuantitativo Nivel de la Investigación Descriptivo Diseño de la Investigación Transversal – No Experimental. El mismo que llego a las siguientes conclusiones: “Se concluye en cuanto al número de trabajadores con las que cuentan los restaurantes el 50% tienen de 6 a 10 trabajadores, por lo que se considera que los restaurantes cuentan con una cantidad importante de colaboradores. En cuanto a la situación legal de los restaurantes se obtuvo que el 73% de las Mypes son formales, esto 11 significa que las empresas están dispuestas a gestionar cumpliendo con los reglamentos y/o normas legales. Con relación al tiempo de permanencia de las empresas en el rubro se obtuvo que el 54% tiene de entre 4 a 6 años en el mercado, lo cual se considera que los negocios están considerados como atractivos y competentes en el mercado.”

2.1.3. Antecedentes Locales.

Segura (2022) En su investigación titulada. *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro hoteles en el distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022.* El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles, del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022; teniendo la siguiente problemática ¿Cuáles son las principales características de

gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022?. La investigación fue de tipo cuantitativo con un diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población que se recolecto fue de 10 micro y pequeñas empresas hoteleras de las cuales se tomó como muestra 7 micro y pequeñas empresas para realizar dicha investigación, la información se obtuvo a través de la técnica del sondeo. Se obtuvo los siguientes resultados: el 71.43% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, el 85.72% de los representantes son dueños; el 85.72% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores laborando; el 57.14% de los representantes tienen conocimiento sobre gestión de calidad, el 42.86% de los trabajadores tiene poca iniciativa para realizar sus labores, el 85.72% usa la comunicación como herramienta para un buen servicio, el 42.85% de los representantes confirman que la falta de capacitaciones es factor para una mala atención, el 45.45% de los representantes respondieron que la fidelización de sus clientes es un resultado de dar un buen servicio.

Arteaga (2022) En su investigación titulada. *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Coishco, 2020.* En el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro vende de artículos de ferretería, distrito de coishco, 2020. La metodología fue de diseño no experimental- transversal- descriptivo-de propuesta. Se utilizó una población muestral de 5 representantes de las micro y pequeñas empresas a quienes se les aplico un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo como resultados. El 80% de los representantes tienen de 51 años a más,

el 60% son del género masculino, el 100% son universitarios, el 60% son dueños de sus empresas, el 80% tienen de 4 a 6 años en el cargo, el 100% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 60% son familiares, 100% tiene como objetivo generar ganancias, el 80% no conocen de gestión de calidad, el 80% no conocen el término de atención al cliente, el 60% a veces aplica la gestión de calidad en el servicio. La investigación concluye que la mayoría de representantes de las micro y pequeñas empresas no conocen el término gestión de calidad, asimismo no conocen de atención al cliente no lo aplican de una forma adecuada en sus empresas, teniendo un grado de instrucción superior universitario, su objetivo es generar ganancias y siendo dueños a veces considera aplicar la gestión de calidad en sus negocios.

Aponte (2021) En su investigación titulada. *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018*. La presente investigación tuvo como objetivo determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, de la provincia del Santa, con propuesta de mejora. La investigación fue de diseño no experimental, transversal y descriptivo, la población y muestra estuvo conformada por 22 micro y pequeñas empresas del sector servicio y del rubro pollerías. La técnica e instrumento utilizado fue la encuesta y cuestionario, El 90.91 % desconoce sobre las técnicas y métodos modernos de gestión de calidad. Además, mencionaron el 95.45 % que por escasa iniciativa ponen en práctica la gestión de calidad. Así mismo, un 100 % aseguran que la gestión de calidad contribuye mejora y contribuye los beneficios de la organización. Por otro lado, el 100% de los representantes sostuvieron que comprenden el término sobre atención al cliente. El 100 % menciona que la atención al cliente es importante para que el cliente regrese. Finalmente, se

concluye que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas menciona que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, y conocen el término atención al cliente, conocen poco los métodos y técnicas modernas de gestión de calidad. La mayoría relativa reconoce que en la atención que brindan a sus clientes ponen en práctica la gestión de calidad.

Alejandro (2021) En su investigación Titulada. *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Jirón Enrique Palacios del distrito de Chimbote, 2019.* La investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del jirón Enrique Palacios del distrito de Chimbote, 2019, se desarrolló bajo un diseño no experimental, transversal y descriptivo, en una población de 14 restaurantes, escogiéndose el 100% como muestra, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 85.71% considera la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa, el 100% conoce la atención al cliente como técnica de la gestión de calidad, el 64.29% conoce la observación como técnica para medir el rendimiento, el 57.14% conoce el término de atención al cliente, 100 % creen que la atención al cliente es fundamental para que regresen al establecimiento, el 57.15% tienen como principal factor de calidad la atención personalizada y el 50% obtuvo fidelización de clientes brindando una buena atención. Obteniéndose las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes consideran que es relevante el factor del cliente en la gestión de calidad, aplican la técnica moderna de la atención al cliente, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, conocen el término de atención al cliente, consideran que la atención al cliente

es fundamental para que este regrese, tienen como principal factor de calidad la atención personalizada y han logrado la fidelización de sus clientes

Rodríguez (2019) En su investigación titulada *Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bazar tiendas de regalos del casco urbano distrito de Chimbote, 2017*. La investigación denominada: Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bazar tiendas de regalos del casco urbano distrito de Chimbote, 2017 se planteó como objetivo general, determinar las características de Gestión de Calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, para el recojo de la información se utilizó una población muestra de 12 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: El 91,7% de las micro empresas están dirigidas por personal femenino, el 83,3% sostienen que las micro empresas se crearon para generar ganancias, el 75% no conocen el término gestión de calidad, el 100% sostienen que la atención al cliente es fundamental para las micro empresas. De todo esto se arribó a las conclusiones siguientes: Todos los representantes de las MYPES señalan tener conocimiento de atención al cliente. La mayoría de las MYPES no tienen conocimiento del término de Gestión de Calidad, la mayoría señala que la Gestión de Calidad si favorece a mejorar con el negocio y la mayoría manifiesta que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas propuestas de la empresa. La totalidad tienen conocimiento del término de atención al cliente, Así mismo la totalidad de los representantes declaran que la atención al cliente es fundamental para la empresa.

2.2 Bases teóricas de la investigación.

2.2.1. Bases teóricas.

2.2.1.1. Gestión De Calidad.

Concepto.

La gestión de calidad fue legalizada por la internacional organización de estandarización que trabaja para las necesidades de cada persona, ya que esta herramienta puede ser manejada por cualquier tipo de empresa velando la calidad de producto y trabajo en el entorno, además puedan adoptar en sus mismos procesos al mismo tiempo estas normas son voluntarias, cada empresa decide si quiere aplicarlo, pero por lo recomendable es necesario para el buen desarrollo de la organización (Sánchez, 2017).

Características.

La gestión de calidad es el termino necesario e importante para el desarrollo de cualquier actividad empresarial, por eso para los empresarios de cualquier nivel de empresas es importantes los conceptos y definiciones asociadas, donde la gestión de calidad es la ecuación del producto y uso del cliente (Gonzáles, 2016).

Sistemas ISO 9001, personalizados 100% esta normativa tiene integrado características propias en gestión de calidad que puedan existir en una empresa dado que tiene una diferencia de flexibilidad.

Gestionar y controlar procesos en fundamental en un mercado competitivo ya que estos garantizan que dichas áreas interactúen entre sí, teniendo un padrón para que todos siga en su mismo camino (Sánchez, 2019).

Garantizar el cumplimiento de los requisitos de los clientes esto ayuda a el fortalecimiento de la empresa debido a la interacción continua de clientes con la empresa,

permite la certificación mediante una entidad de certificación para desarrollar una buena política de calidad (Oviedo, 2019).

Clasificación.

Según las organizaciones estudiadas la gestión de calidad se divide según la paralización de cada empresa o metas y objetivos para el mejor rendimiento y comodidad de las empresas la gestión de calidad se tiene que planear, hacer, actuar y verificar los roles de cada empresa, para que el producto o servicio que salga al mercado sea de calidad en un completo orden sin tener un ambiente de clima laboral presionado sino más bien que todos tengan claro de los objetivos y metas de la empresa (López y Checa, 2017).

Importancia.

Es un herramienta de suma importante para cada empresa para mejorar el desarrollo estratégico para lograr las metas y objetivos plateados, como también una organización bien constituida con todo los parámetros de calidad para salir a relucir a las personas externas como también a los clientes, la gestión de calidad es un rol que toda empresa o micro empres debe implementar, para que todo lo que se ha propuesto se cumpla mediante los productos y servicios de calidad para satisfacer y cumplir las expectativas del cliente (Artacho, 2017).

Herramientas de Gestión.

En las empresas que desarrollan la gestión de calidad manejan algunas herramientas que provienen de las mismas para el mejor desarrollo y un producto o servicio de calidad con la intención de mantener satisfechos a los clientes como la empresa ya que cumple con todo lo establecido para la mejora continua de la empresa y evitar errores de reclamo por los proveedores, sin recurso humano y por la falta de tecnología la información por lo que se necesitara herramientas que ayuden a garantizar el buen funcionamiento de la empresa, por

lo que una organización ha implementado diversas herramientas según a sus necesidades (Cortés, 2017).

Existen ciertas herramientas de gestión de calidad básica que identifican como:

Diagrama de causa y efecto: También conocido como diagrama de espina de pescado esto ayuda a identificar posibles problemas mediante una plantilla, este método se utiliza en equipos, personas, entorno y materiales para identificar posibles problemas.

Hoja de control: Es una estructura de datos recogidos por mediante una persona de producción, con el objetivo de identificar defectos en función del tipo, la causa y ubicación, por lo que ayuda a los equipos a eliminar defectos de los procesos de productos o servicio.

Cuadro de control: Esto sirve para una muestra si la variación de producción si está en buenas condiciones o se ve afectada por diferentes causas de variación, lo que compara límites históricos y datos actuales, donde se tiene en cuenta si el proceso es estable o predecible.

Diagrama de Pareto: Utiliza una combinación de gráficos y líneas en barras para destacar lo más importante sobre la producción, así mismo clasificar números de defectos de mayor a menor lo cual se deben priorizar y hacer un esfuerzo de mejora.

Análisis de estratificación: Esto necesariamente ayuda a las personas de calidad de producción a dividir factores, como los objetivos y las personas, en grupos distintos. Pueden identificar circunstancias que podrían afectar a la calidad que se presta para un producto o un servicio.

Histograma: Ayuda a llevar un control de movimiento utilizando datos numéricos similar a un gráfico de barras, para identificar la frecuencia de actividad de los proveedores hacia la empresa, estos resultados ayudan a comprobar si habido una variación de producción debido a la entrada y salida del producto.

Diagrama de dispersión: Esta es una herramienta fundamental para cualquier empresa o organización ya que es útil para definir la relación causa y efecto entre dos variables utilizando la X y Y para buscar los defectos de calidad entre ambos.

Dimensión 1: Productividad

La productividad supervisa la producción mediante recursos y factores que puede ser con un conjunto de herramientas como, capacitación, supervisión, flujo de trabajo, mejora continua, diagnóstico y manual de calidad, estas herramientas estratégicas ayudan a obtener a mejorar y a maximizar el rendimiento, utilizando los mínimos recursos, pero produciendo lo necesario, por lo que maximiza la productividad y la eficiencia (Quiroa, 2021).

Indicador 1: Capacitación

En el mundo empresarial, principalmente lo conforma por recurso humano las cuales tienen que estar en capacitación constante según a las actividades y planes que se planteen en la organización, estas capacitaciones son necesarias ya que ayudan al personal en estar en cambios constantes y estar al día en cualquier cambio que tenga el mundo globalizado. Además, las capacitaciones tienen como objetivo a que el personal se desarrolle profesionalmente ayudando a que pueda aspirar puestos elevados logrando mejoras salariales (Alles, 2019).

Indicador 2: Supervisión

La supervisión se realiza por una persona de rango superior según la jerarquía de una organización, ya que tiene la capacidad de determinar las funciones de los demás si se está haciendo lo correcto o no, porque la persona que supervisa tiene la experiencia suficiente para el puesto, por lo que se dice que tiene que estar en vigilancia constante para que las actividades que se estén realizando salgan satisfactoriamente (Gopee, 2023)

Indicador 3: Flujo de trabajo

Según Metcalfe, (2019) Indica que un flujo de trabajo es una serie estandarizada de tareas que se completan para lograr un objetivo común específico. Por ejemplo, la mayoría de las empresas tienen un flujo de trabajo de incorporación estandarizado que siguen para los clientes nuevos. Puede ser algo así:

- Un correo electrónico automatizado le pide al cliente que programe una llamada de capacitación.
- Un experto en producto se encarga de la llamada de capacitación.
- Un capacitador selecciona una secuencia de incorporación de correo electrónico en función de las necesidades del cliente.
- Después de 2 semanas, el gerente de cuenta revisa los datos de uso para ver si el cliente usa el producto activamente.
- El servicio de atención al cliente hace el seguimiento y le pregunta al cliente sobre su experiencia.

Indicador 4: Mejora continua

Es un procedimiento y procesos constantes que se basa a la revisión de operaciones o actividades que se vean envueltas en problemas ya que esto ayuda a supervisar y a mejorar estratégicamente los problemas que se puedan encontrar ayudando encontrar oportunidades que puedan lograr la optimización (Iglesias,2023).

Indicador 5: Diagnostico

Es un procedimiento que se realiza en cualquier actividad organizacional o operativa ya que es un procedimiento ordenado y sistemático que logra observar y evaluar logrando un resultado absoluto sobre un mal o un bien, este procedimiento siempre tendrá relación con los objetivos que se proponga la organización (Muñiz, 2017).

Indicador 6: Manual de calidad

Es el documento que toda organización debe tener ya que establece objetivos y los estándares de calidad de una empresa. Describe, por tanto, sus políticas de calidad y los instrumentos con los que la empresa o el negocio se dota para lograr los objetivos fijados en este sentido. Es, en términos generales, el documento marco que explicita el compromiso de una empresa con la calidad y que determina, por ello, el Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) con el que se dota para evaluar sus procesos, actividades, formatos y procedimientos (Flamarique, 2029).

Dimensión 2: Planificación

Es un proceso que primero determina una necesidad mediante un conjunto de actividades mediante entrenamientos, evaluación, control, planeación estratégica y asesoramiento que permite identificar las prioridades y principios funcionales de una organización esto ayuda a tomar acción a cualquier actividad que se halla planificado (Rastrollo,2021).

Indicador 1: Planeación estratégica

Es un proceso que tiene cualquier organización activa ya que documenta todos los objetivos y metas de una empresa así mismo tiene las acciones necesarias para poder cumplirlas, esto ayuda a evaluar y a visualizar la situación que esta la empresa y ver las oportunidades que tiene la empresa para lograr los objetivos planteados (González,2019).

Indicador 2: Entrenamiento

Es el aprendizaje que se desarrolla en el lugar de trabajo para mejorar el rendimiento de los empleados. Este entrenamiento supone la práctica con las herramientas, equipos, documentos o materiales que se utilizarán en forma cotidiana (Llamas,2018).

Indicador 3: Evaluación

Es un proceso que se utiliza para determinar, de manera sistemática, el mérito, el valor y el significado de un trabajo o capacidad, ya sea intelectual o física. Se realiza siguiendo unas normas. Conduce a un juicio de valor y se expresa mediante la opinión de que ese algo es significativo (PISA, 2018).

Indicador 4: Control

El control es el acto de supervisar y regular diversas actividades para que se ajusten a estándares o criterios preestablecidos. Implica la evaluación constante de procesos, resultados y desviaciones con el propósito de garantizar la consecución de metas y objetivos (Pérez,2017)

Indicador 5: Asesoramiento

Es una práctica que consiste en brindar conocimiento en algún tema. Generalmente este respaldo compromete temas de gran relevancia que requieren un conocimiento técnico muy específico. Es común en el ámbito de la política, en donde los distintos funcionarios tienen

asignados colaboradores que se especializa en determinados temas y que les brindan conocimientos en lo que respecta a los mismos (Blanco,2022).

2.2.1.2. Atención al Cliente.

Concepto.

Es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con los clientes con conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin que el cliente obtenga su producto deseado en el momento y lugar adecuado con el uso correcto es una herramienta de mercado que es muy eficaz para un organización y se utiliza de la gorma adecuada, por eso mismo debe de haber ciertas políticas institucionales, como también es la gestión que realiza cada persona de la empresa que tiene el contacto con los clientes y generan el nivel de satisfacción, se trata de un concepto de trabajo de una forma de hace las cosas que compete a todas las organizaciones (Fernández, 2019).

Características

Actualmente se ve que los clientes quieren, calidad, precio y servicio cosa que no se veía antiguamente, ahora hablar de servicio en esta época competitiva, donde el cliente tiene la razón las organizaciones hoy en día ya no pueden proporcionar solamente productos o servicios sin valor agregado es muy importante que nos enfoquemos en atender las expectativas y necesidades de los clientes, si no somos capaces de atender a nuestros clientes como es debido superando las expectativas y necesidades alguien más lo hará con buena habilidades de escucha, pregunta, responsable y sensible para que el cliente se sienta seguro y satisfecho hasta lograr que vuelva al establecimiento (Villanueva, 2018).

Herramientas.

Las herramientas en atención al cliente ayudan a responder preguntas fuera de lo común y ponerse en contacto con clientes menos frecuentes, el reto de toda empresa es la falta de recurso humano y materiales por eso se facilitará con algunas herramientas en gestión de cliente y así poder brindarle un buen servicio (Ortega, 2023).

- Formulario de contacto
- Correo electrónico
- Página de preguntas frecuentes
- Encuestas de satisfacción
- Comunidades de clientes

Importancia.

Hoy en día se ve muchos clientes insatisfechos incluso en el gobierno, el servicio o atención al cliente es un favor que puede ganar o perder votos para una empresa, la atención al cliente aplica a todas las áreas pero principalmente a 2 áreas principales que son los clientes internos y clientes externos, cuando se habla de clientes externos son personas que vienen al establecimiento, sucursal o llamar por teléfono para obtener un producto o servicio, los clientes internos son las personas que mediante la empresa se tiene que compartir información donde ambas partes se deben llegar bien para que la empresa avance con la mayor responsabilidad posible para mantener satisfechos a sus clientes (Palacios, 2018).

Dimensión 1: Satisfacción

Satisfacer a los demás es muy importante, pero sólo debe hacerse una vez que logramos sentirnos a gusto con nosotros mismos y cubrir nuestras necesidades. No es sano preocuparse exclusivamente por el cliente, sin importar cuánto signifique para nosotros; la

falta de amor propio sólo puede conducir a relaciones nocivas, que acaban por destruirse y destruirnos. Para estar en condiciones de ayudar a nuestro entorno debemos aprender a respetarnos y darnos lo que nos hace bien, mediante el servicio, oferta, producto, expectativa y nivel de satisfacción ya nos estamos preocupando por el cliente ya que estamos observando un panorama completo (Spector,2020).

Indicador 1: Servicio

Es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado (de Isla Soler,2023).

Indicador 2: Oferta

Es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente (Palomar,2022).

Indicador 3: Producto

Es un bien o servicio que una empresa ofrece o vende a los consumidores para que puedan satisfacer sus necesidades o deseos. Cuando un producto es un bien es un conjunto de tangibles, pero con algunos elementos intangibles, y cuando es un servicio es un conjunto de intangibles, pero con algunos elementos tangibles (Perú,2018) .

Indicador 4: Expectativa

Se asocia con la chance razonable de que algo se concrete. Para que las expectativas puedan nacer es necesario que tengan alguna clase de respaldo. Si no, se trataría sólo de un simple

deseo que podría llegar a tener raíces irracionales o estar impulsado por cuestiones vinculadas a un trato recibido (Miller,2021).

Indicador 5: Nivel de satisfacción

Es un indicador de que los consumidores se sienten satisfechos con una marca.

Generalmente, se realiza a través de encuestas que los clientes completan al terminar la interacción (Mouthón,2022).

Dimensión 2: Calificación

Se conoce como calificación al acto de calificar a algo o a alguien. Este verbo, según se desprende de su definición, significa evaluar y puntuar las cualidades o capacidades de un objeto o individuo, realizar un juicio de valor o establecer el nivel de suficiencia de los saberes que los trabajadores evidencian al realizar exámenes o determinados ejercicios en una organización principalmente los clientes cuentan las experiencias, rendimiento, comparación, empatía y comunicación para clasificar a sus establecimientos favoritos (Patiño,2023).

Indicador 1: Experiencia

Es el conocimiento que se adquiere a través de las vivencias obtenidas durante cierto episodio. Normalmente, es visto como una cualidad que heredan los individuos más ancianos, por haber experimentado a lo largo de su vida distintas situaciones. Los filósofos han luchado, con el paso del tiempo, para definir lo que es la experiencia en sí; algunos estuvieron de acuerdo con definirlo como un juicio que se obtiene después de haber estado dentro de ciertas circunstancias (Tadi,2017).

Indicador 2: Rendimiento

Rendimiento y rentabilidad son conceptos que tienen el mismo significado. Con la única diferencia de que rentabilidad es un término exclusivamente económico y rendimiento un concepto mucho más amplio (Ruiz, 2019).

Indicador 3: Comparación

Se entiende por comparación a la acción de cotejar dos o más cosas para dar con sus posibles semejanzas, diferencias o relaciones de algún tipo, ya sea apelando a su aspecto físico o al simbólico o imaginario, como por ejemplo que un cliente compare el nivel de atención de empresa con otra (Peña, 2022).

Indicador 4: Empatía

Es la capacidad que tiene el ser humano para conectarse emocionalmente con los demás individuos, pudiendo percibir, reconocer, compartir y comprender el sufrimiento, la felicidad o las emociones del otro (Gonzales, 2021).

Indicador 5: Comunicación

Es la transmisión de información entre dos o más individuos. Todos los seres vivos presentan alguna forma de comunicación, ya sean señales químicas, sonidos o gestos. Sin embargo, la capacidad para transmitir significados complejos a través del lenguaje distingue a la comunicación humana (Ruiz, 2021).

2. 2.2.1.3. Bases conceptuales

Gestión de Calidad. La gestión de calidad, es un conjunto de acciones y herramientas que toda empresa debe tomar para poder aplicarlo en cada servicio que haga, la gestión de calidad está diseñada para todas las organizaciones para un mejor desarrollo para alcanzar las metas y objetivos, haciendo que la empresa sea más competitiva con las mejores

estrategias de calidad, hacer las mejoras correspondientes respetando la opinión de los clientes para mejorar el proceso de gestión de calidad (Sánchez, 2016).

Atención al cliente. La atención al cliente es el acto de servir a las personas que consumen en un establecimiento de venta, donde los trabajadores de la empresa tienen la obligación de atender las necesidades de los clientes, teniendo en conocimiento la importancia que es aplicarlo en la empresa para poder lograr que el cliente reconozca el trabajo de la empresa y pueda volver a consumir, convirtiéndose en un cliente fiel reconociendo el trabajo de cada trabajador por la atención recibida (Escudero, 2017).

Micro y pequeñas empresas. Está constituida por una persona natural o jurídica bajo de cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que desarrolla actividades, es importante diferenciar una micro empresa y pequeña empresa, una micro empresa puede estar constituida hasta 10 trabajadores y debe tener una ventas anuales hasta 150 UIT y en la pequeña empresa se acepta un límite hasta 100 trabajadores sus y sus ventas anuales debe estar hasta 1700 UIT es importante ver el porcentaje que da la SUNAT por la informalidad que existe más de un millón de micro empresas informales (Zuluaga, 2021).

2.3 Hipótesis

Según Carvajal, (2017) Indica que en una investigación no puede haber hipótesis si solo se describe conceptos o variables, en resumen, en esta investigación no tiene hipótesis dado que solo se describirá las principales características de gestión de calidad para mejorar la atención al cliente.

III. METODOLOGÍA

3.1 Nivel, Tipo y Diseño de Investigación

Para el presente trabajo de investigación se utilizó un nivel descriptivo porque se describirá las características de gestión de calidad y atención al cliente, además describirá la propuesta de mejora.

Se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación (Hernández,2018).

Será no experimental- transversal, porque no se manipulará la información recolectada en Gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui”.

Es el tipo de investigación que carece de una variable independiente. En cambio, el investigador observa el contexto en el que se desarrolla el fenómeno y lo analiza para obtener información (Hatt,2022).

Transversal, porque se recolectará datos en un solo momento y en un tiempo determinado.

Es una investigación de carácter estadístico, epidemiológico y demográfico, muy usada en ciencias en ciencias sociales. (Carrero,2021).

Sera de tipo cuantitativo ya que se utilizará herramientas numéricas con resultados estadísticos para medir resultados del trabajo de investigación (Mendoza, 2019).

3.2. Población y muestra Población

El presente estudio obtuvo como población a los clientes de la empresa el Papirriqui que son 2,000 clientes, en el cual se estableció de acuerdo a la cantidad de recibos de venta emitidos anualmente. Para Hernández, (2016), "una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones". Es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

El tipo de muestreo que se utilizó es el muestreo aleatorio simple. Donde según Montesinos, (2020) es un procedimiento de muestreo probabilístico que da a cada elemento de la población objetivo y a cada posible muestra de un tamaño determinado, la misma probabilidad de ser seleccionado.

- **Muestra**

Muestra Probabilística

El muestreo probabilístico se determinó por el número de clientes. Estuvo compuesta por el estudio del caso de una micro y pequeña empresa y la fórmula que se aplicó para determinar la muestra es para poblaciones finitas (Hernández, 2018).

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

donde:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha}^2 = 1.96^2$ (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- $q = 1 - p$ (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en este caso deseamos un 5%).

¿A cuántas personas tendría que estudiar de una población de 2,000 clientes?

Seguridad = 95%; Precisión = 5%; proporción esperada = asumamos que puede ser próxima al 5% ; si no tuviese ninguna idea de dicha proporción utilizaríamos el valor $p = 0.5$ (50%) que maximiza el tamaño muestral.

$$\begin{aligned}n &= \frac{2000 \cdot 1.96^2 \cdot 0.05 \cdot 0.95}{0.05^2 \cdot (2000-1) + 1.96^2 \cdot 0.05 \cdot 0.95} \\n &= \frac{95 \cdot 1.96^2}{0.05^2(2000 - 1) + 0.05 \cdot 0.95 \cdot 1.96^2} \\n &= \frac{95 \cdot 1.96^2}{5.179976} \\n &= \frac{364.952}{5.179976} \\n &= 70.45438 \\n &= 70\end{aligned}$$

3.3 Variables. Definición y Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	CATEGORÍAS O VALORACIÓN
Gestión de Calidad	La gestión de calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización tener una planificación y un conjunto de productividad que son necesarias para el desarrollo de la misión y objetivos de una empresa, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad. (Armendáriz, 2019, p. 18-25)	Productividad	<ul style="list-style-type: none"> -Capacitación -Supervisión -Flujo de trabajo -Mejora continua -Diagnostico -Manual de calidad 	Likert	5 = Siempre 4 = Casi siempre 3 = Algunas veces 2 = Muy pocas veces 1 =Nunca
		Planificación	<ul style="list-style-type: none"> -Planeación estratégica -Entrenamiento -Evaluación -Control -Asesoramiento 		

Atención al cliente	Es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de una necesidad. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes mediante niveles de calificación que serán brindados a los clientes. (Cano, 2019, p. 30-35)	Satisfacción	-Servicio -Oferta -Producto -Expectativa -Nivel de satisfacción	Likert	5 = Siempre 4 = Casi siempre 3 = Algunas veces 2 = Muy pocas veces 1 = Nunca
		Calificación	-Experiencia -Rendimiento -Comparación -Empatía -Comunicación		

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

-La técnica que se empleo fue mediante una encuesta que estará dirigida a los clientes de empresa “El Papirriqui” Chimbote 2023.

Según Gil, (2016) indica que “La técnica es un conjunto de reglas y procedimientos que permiten al investigador establecer la relación con el objeto o sujeto de la investigación”.

-El instrumento que se utilizó es un cuestionario de 21 preguntas validado por 3 expertos, la confiabilidad se obtuvo porque aplico el alfa de Cronbach dando un análisis de consistencia de 0.7 que se considera buena, por lo que se aplicó a los clientes de la micro y pequeña empresa, gestión de calidad para mejorar la atención al cliente.

Según Ibáñez, (2016) dice que “El Instrumento: mecanismo que usa el investigador para recolectar y registrar la información: formularios, pruebas, test, escalas de opinión y listas de chequeo”.

3.5 Método de análisis de datos

Para el análisis de recolección datos de la investigación será descriptivo según las variables a tratar, se elaborarán unas tablas de frecuencia relativa y absoluta, como también las figuras estadísticas que serán requeridas para la elaboración del proyecto de investigación se utilizó estos diversos programas para ayudar con la investigación:

Programa Microsoft Excel: porque ayudará a desarrollar las tabulaciones y gráficos según la información arrojada del cuestionario que luego servirá para un análisis previo.

3.6 Aspectos Éticos

El trabajo de investigación está basado a principios éticos las cuales tenemos a continuación:

El principio de confidencialidad: Se respetó el derecho a la intimidad, sin presionar a los encuestados, asegurando que toda la información recalentada no tendría por qué salir sin su consentimiento a la opinión pública, para la que los encuestados se sintieran seguros el cuestionario se realizó de manera anónima para evitar cualquier inconveniente o afectar la seguridad de cada encuestado.

El principio de respeto a la persona humana: Se respetará la dignidad humana de todos los que participaron en la investigación sin discriminación de raza, sexo, nivel religión y social económico, ya que todo aporte es muy importante para la recolección de datos y mida las problemáticas que atraviesas las mypes las cuales lo hacen valiosas ya mejorar las variables a tratar.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: El presente trabajo de investigación respetara todo ser vivo que habite en el ambiente, con el fin de cuidar la integridad de todo lo se rodea.

Beneficencia no maleficencia: Este proyecto será beneficioso para los futuros investigadores, respetando la transparencia de la investigación.

Justicia: En este proyecto se hará con todos los protocolos de seguridad, de acuerdo a ley, para respetar los derechos humanos de los actores.

Integridad científica: El proyecto de investigación, respetara las posiciones de cada actor, sin cambiar la realidad, con la finalidad de llevar la misma enseñanza profesional.

IV. RESULTADOS

Tabla 01

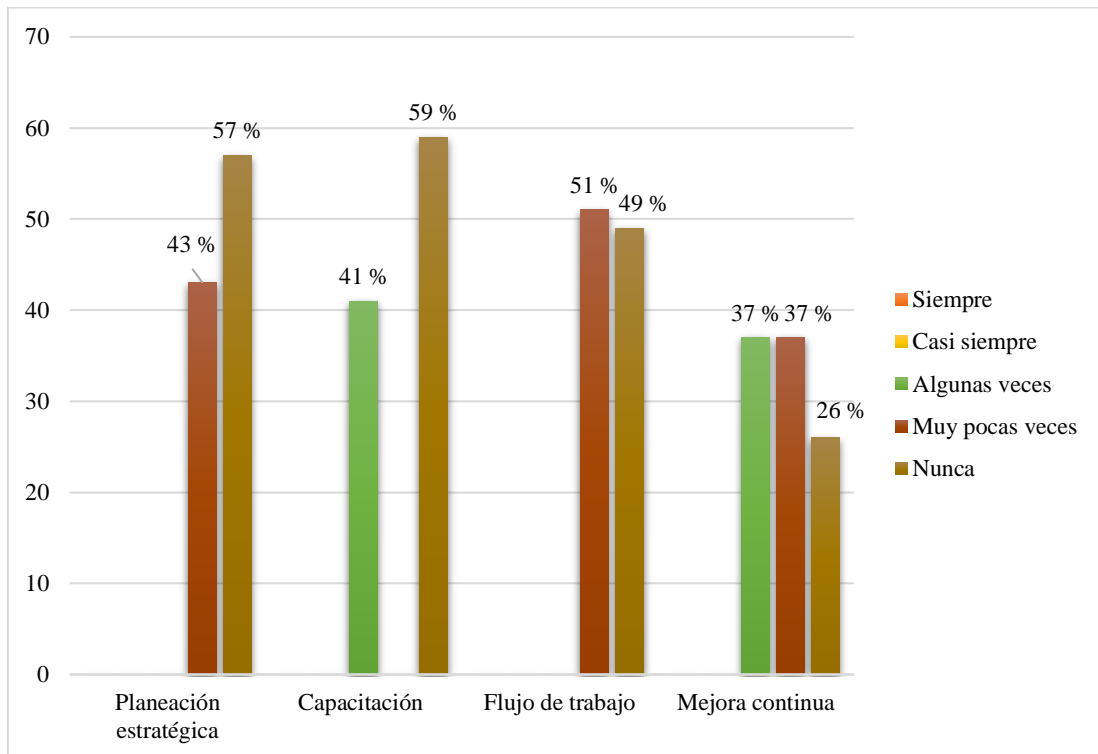
Características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Características de la gestión de calidad para mejorar la atención.	N	%
Planeación estratégica		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	0	00.00
Algunas veces	0	00.00
Muy pocas veces	30	43.00
Nunca	40	57.00
Total	70	100.00
Capacitación		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	0	00.00
Algunas veces	29	41.00
Muy pocas veces	0	00.00
Nunca	41	59.00
Total	70	100.00
Flujo de trabajo		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	0	00.00
Algunas veces	0	00.00
Muy pocas veces	36	51.00
Nunca	34	49.00
Total	70	100.00
Mejora continua		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	0	00.00
Algunas veces	26	37.00
Muy pocas veces	26	37.00
Nunca	18	26.00
Total	70	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Figura 01

Características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.



Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Tabla 02

Característica de la Gestión de Calidad de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023

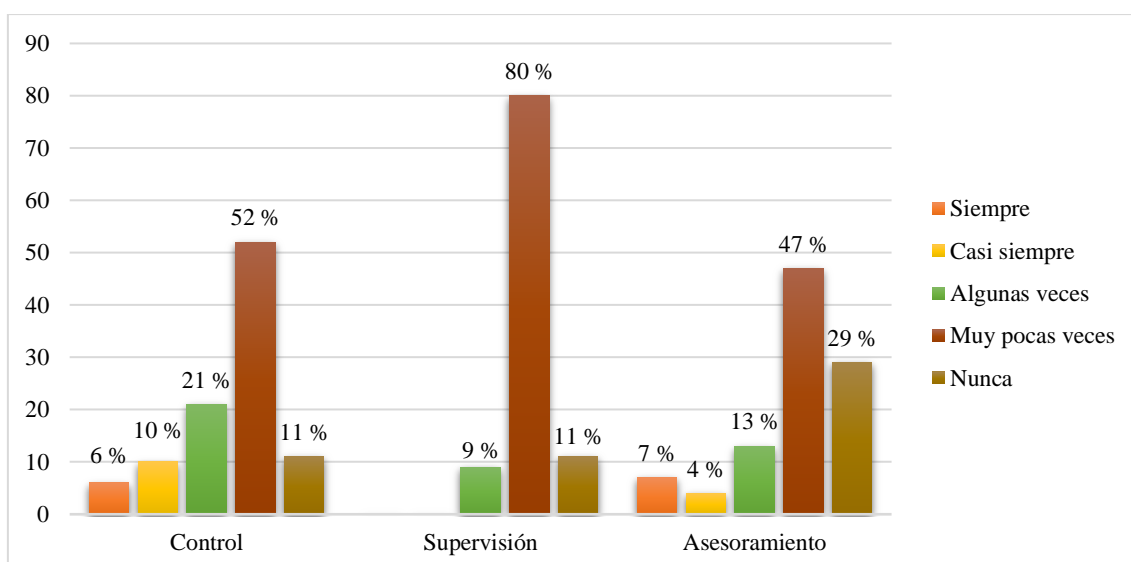
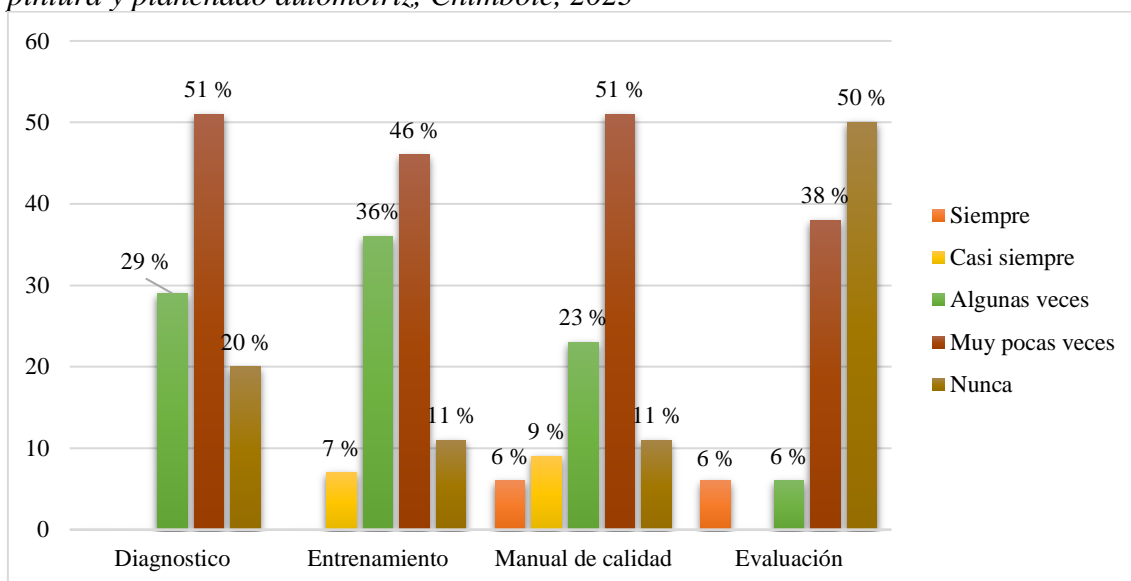
Características de la gestión de calidad	<i>N</i>	<i>%</i>
Diagnostico		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	0	00.00
Algunas veces	20	29.00
Muy pocas veces	36	51.00
Nunca	14	20.00
Total	70	100.00
Entrenamiento		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	5	07.00
Algunas veces	25	36.00
Muy pocas veces	32	46.00
Nunca	8	11.00
Total	70	100.00
Manual de calidad		
Siempre	4	06.00
Casi siempre	6	09.00
Algunas veces	16	23.00
Muy pocas veces	36	51.00
Nunca	8	11.00
Total	70	100.00
Evaluación		
Siempre	4	06.00
Casi siempre	0	00.00
Algunas veces	4	06.00
Muy pocas veces	27	38.00
Nunca	35	50.00
Total	70	100.00
Control		
Siempre	4	06.00
Casi siempre	7	10.00
Algunas veces	15	21.00
Muy pocas veces	36	52.00
Nunca	8	11.00
Total	70	100.00
Supervisión		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	0	00.00
Algunas veces	6	09.00
Muy pocas veces	56	80.00
Nunca	8	11.00
Total	70	100.00
Asesoramiento		
Siempre	5	07.00
Casi siempre	3	04.00

Algunas veces	9	13.00
Muy pocas veces	33	47.00
Nunca	20	29.00
Total	70	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Figura 02

Característica de la Gestión de Calidad de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023



Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Tabla 03

Características de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

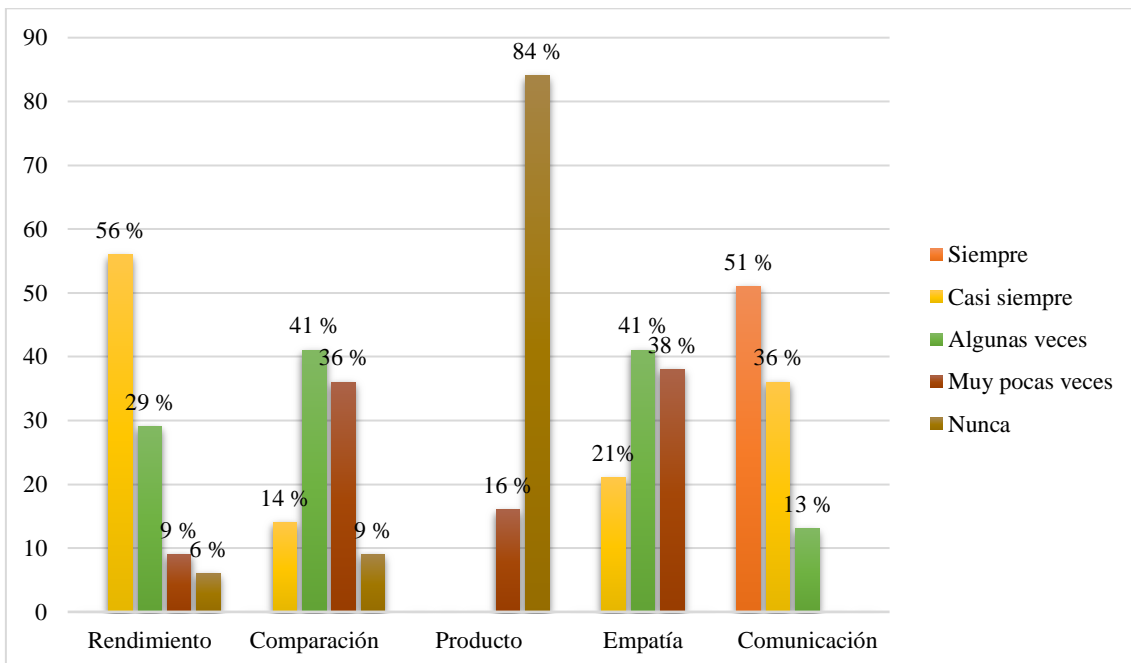
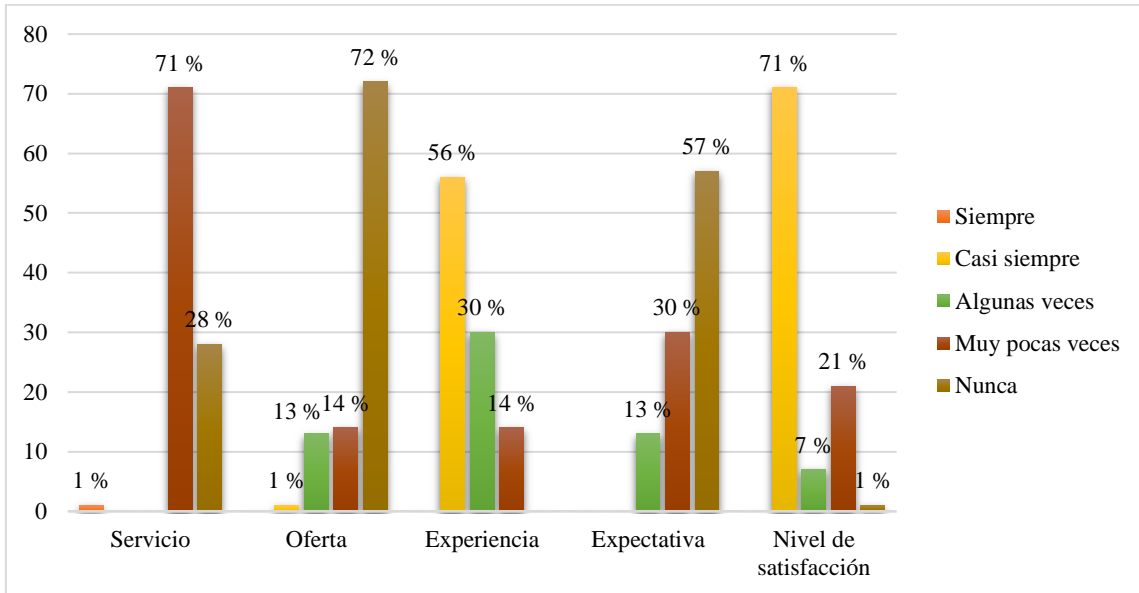
Características de la Atención al cliente	<i>N</i>	<i>%</i>
Servicio		
Siempre	1	01.00
Casi siempre	0	00.00
Algunas veces	0	00.00
Muy pocas veces	50	71.00
Nunca	19	28.00
Total	70	100.00
Oferta		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	1	01.00
Algunas veces	9	13.00
Muy pocas veces	10	14.00
Nunca	50	72.00
Total	70	100.00
Experiencia		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	39	56.00
Algunas veces	21	30.00
Muy pocas veces	10	14.00
Nunca	0	00.00
Total	70	100.00
Expectativa		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	0	00.00
Algunas veces	9	13.00
Muy pocas veces	21	30.00
Nunca	40	57.00
Total	70	100.00
Nivel de satisfacción		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	49	71.00
Algunas veces	5	07.00
Muy pocas veces	15	21.00
Nunca	1	01.00
Total	70	100.00
Rendimiento		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	39	56.00
Algunas veces	20	29.00
Muy pocas veces	6	9.00
Nunca	5	6.00

Total	70	100.00
Comparación		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	10	14.00
Algunas veces	29	41.00
Muy pocas veces	25	36.00
Nunca	6	09.00
Total	70	100.00
Producto		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	0	00.00
Algunas veces	0	00.00
Muy pocas veces	11	16.00
Nunca	59	84.00
Total	70	100.00
Empatía		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	15	21.00
Algunas veces	29	41.00
Muy pocas veces	26	38.00
Nunca	0	00.00
Total	70	100.00
Comunicación		
Siempre	36	51.00
Casi siempre	25	36.00
Algunas veces	9	13.00
Muy pocas veces	0	00.00
Nunca	0	00.00
Total	70	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Figura 03

Características de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.



Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Tabla 04

Propuesta de mejora de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Problemas encontrados	Surgimiento del problema	Acción de mejora	Responsables
Gestión de calidad	Desconocimiento en cuanto a gestión de calidad	Brindar asesoramiento o acercarse a clases taller a cuanto, a gestión de calidad para el mejoramiento de la su empresa, para tener mejor fluidez con sus trabajadores y clientes.	Administrador
	Falta de fluides en cuanto a los procesos de gestión de calidad	Una vez conociendo lo que es gestión de calidad se recomienda poner en acción todos los procesos de gestión de calidad ya que son un conjunto de acciones para el mejoramiento de la empresa, para lograr comprender a los clientes y personal.	Administrador
Atención al cliente	Los trabajadores velan más por sus intereses personales y tienen poca empatía	Capacitar al trabajador brindando información a lo que se refiere la empatía para poner en práctica ya que en el establecimiento acostumbran a atender al carro con más problemas para que generen más ingreso en cuanto al que tiene menor falla lo toman desapercibido.	Administrador Trabajador
	Falta de comunicación con los clientes	Capacitar a los trabajadores y hacerle entender que la comunicación es un factor importante para el desarrollo de la empresa y así lograr una comunicación fluida con el trabajador y cliente.	Administrador Trabajador

V. DISCUSIÓN

Objetivo 1

Características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Planeación estratégica: El 57% de los encuestados opinaron que nunca se aplicó una planeación estratégica para mejorar el desarrollo de la empresa, esto contrasta con el trabajo de investigación de Arteaga (2022) se muestra con respecto a la gestión de calidad en cuanto a planeación estratégica es una herramienta importante para llevar a cabo los procesos de gestión de calidad para mejorar su desarrollo en la empresa, esto coincide con el trabajo de investigación de Aponte (2021) que concluye que tener un plan estratégico ayuda mucho a la ejecución de proyectos a corto y largo plazo.

Capacitación: El 59% de los encuestados opinaron que nunca vieron al personal recibiendo capacitación, esta información concuerda con Torres (2019) que concluye que la capacitación ayudara a la cultura organizacional de los empleados, preparándolos para que puedan desarrollarse de manera precisa ante una gama de clientes exigentes, al igual manera en la investigación de Cárdenas & Escobar (2019) donde concluye que para tener un cliente satisfecho primero tienes que capacitar al personal que los atiende ya que de ellos depende la impresión final del cliente.

Flujo de trabajo: El 51% de los encuestados percibieron el flujo de trabajo que había en el establecimiento, esto concluye con el trabajo de investigación de Pincay & Parra (2020) Para tener satisfechos a los clientes una de los procesos en cuanto a la gestión de calidad es el flujo de trabajo ya que esto agiliza el rendimiento y

funcionamiento de atención al cliente, por lo que es una herramienta importante para la empresa ya que esto divide tareas al personal, de igual manera en la investigación de Torres (2019) concluye que el flujo de trabajo debe tener toda empresa para compartir tareas asignadas.

Mejora continua: El 37% de los encuestados opinan que algunas veces, si observaron mejoras continuas en el establecimiento, este resultado contrasta con la investigación de Cárdenas (2019) considera que tener mejoras continuas en una empresa es porque se está haciendo caso a los críticos directos que son los clientes, ya que ellos son los que sugieren cualquier actividad de cambio para que se haga sentir a gusto, de igual manera con la investigación de Aponte (2021) esto quiere decir que la empresa vive en cambios constantes para buscar establecerse en un punto positivo para el desarrollo de la empresa.

Objetivo 02

Característica de la Gestión de Calidad de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Diagnóstico: El 51% de los encuestados muy pocas veces vieron que la empresa hacia un diagnóstico a sus productos en contrasta con la información de Marin, Sanabria, & Sánchez (2019) donde concluye que el diagnóstico es un proceso de análisis donde identificar un mal para dar una concreta solución, de igual manera con Cárdenas (2019) puede concluir que diagnosticar un producto o un servicio es de suma importancia ya que nos ayuda a identificar si estamos haciendo las cosas bien, esto nos ayuda a evaluarnos y sugerir mejorar inmediatas.

Entrenamiento: El 46% opinaron que muy pocas veces se les hizo participar en entrenamientos manuales cuando no hay personal, esta información contrasta con la

investigación de Torres (2019) donde nos dice que es importante incluir al cliente en las decisiones de la empresa ya que aporta nuevas ideas para mejorar algunas acciones, pero no se recomienda integrarlas hacer cosas que no tengan conocimiento ya que esto puede traer desconformidad, de igual manera con Segura (2022) concluye que no es recomendable poner en entrenamiento manuales cuando no haya personal ya que el cliente no cuenta con la experiencia suficiente para poner en acción lo que podría hacerlo un profesional.

Manual de calidad: El 51% siendo el mayor porcentaje nos dice que muy pocas veces se vio poniendo en práctica el manual de calidad en la empresa, esto contrasta con la investigación de Beltrán (2021) nos dice que tener un implantado un manual de calidad aporta mucho para la empresa ya que nos describe como debe ser un correcto funcionamiento en cuanto a la gestión de calidad, al igual que Alejandro (2021) concluye que tener un manual de calidad en una empresa es de suma importancia ya que nos da una orientación concreta en cuanto al funcionamiento de la empresa.

Evaluación: El 50% nunca se le evaluó la situación de su vehículo para recomendable algún tipo de marca de pintura, esto contrasta con la investigación de Ticona (2021) donde concluye que la evaluación ya sea personal o cliente es importante ya que nos ayuda a identificar supuestos males que puedan estar sucediendo en la empresa, por otro lado Rodríguez (2019) la evaluación siempre es importante implementarlo en cualquier tipo de acción ya que nos puede dar una mejor orientación y prevenir posibles errores en la empresa.

Control: El 52% observo que muy pocas veces vio a la empresa teniendo el control ante situaciones difíciles esto coincide con la investigación de Ludeña (2020) donde nos dice que tener el control organización es de suma importancia para direccionarse en eventos futuros, por otro lado, Ticona (2021) concluye que tener el control en una empresa es una acción positiva ya que tiene de conocimiento de que acciones debe tomar.

Supervisión: El 80% muy pocas veces vio la supervisión del dueño a los trabajadores, esta investigación contrasta con Segura (2022) donde concluye que la supervisión del administrador a los trabajadores es de importancia ya que hace que los trabajadores cumplan con todos los reglamentos internos de la empresa, por otro lado en la investigación de Huaman (2020) concluye que tener la supervisión de alguien importante como es el gerente o administrador ayuda a que el personal cumpla con la satisfacción del cliente.

Asesoramiento: El 47% opinaron que muy pocas veces recibió asesoramiento en el trabajo a realizar, esto contrasta con el trabajado de investigación de Alejandro (2021) Donde nos dice que tener el asesoramiento interno o externo es importante ya que nos ayuda con información nueva para el mejor funcionamiento de la empresa, de igual manera con Beltrán (2021) se puede decir que tener el asesoramiento de alguien confiable puede ayudar con las metas y objetivos planteados de la empresa.

Objetivo 3

Características de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Servicio: El 71% muy pocas veces recibió un buen servicio, esto concuerda con el trabajo de investigación de Rodríguez (2019) la cual concluye que recibir un

buen servicio por parte del trabajador a un cliente es de suma importancia ya que esto garantiza a un cliente fiel, esto aportaría de manera positiva para toda empresa ya que toda organización funciona a las necesidades del consumidor de igual manera contrasta con la investigación de Pincay & Parra (2020) que nos dice que brindan un buen servicio en cualquier empresa ayuda a maximizar las ventas obteniendo resultados favorable para la empresa.

Oferta: El 72% nunca obtuvo una oferta de algún producto, esta información contrasta con Samanez (2019) poner en oferta algún producto o servicio ayuda con el tema de marketing ya que nos ayuda a tener demanda de consumidores, coincidiendo con Aponte (2021) donde concluye que la oferta es una estrategia que no se debería dejar de lado ya esto llama a clientes nuevos y ayuda a fidelizarlos.

Experiencia: El 56% opinaron que casi siempre vio al personal teniendo la experiencia suficiente para el trabajo a realizar, esto contrasta con el trabajo de investigación de Ludeña (2020) tener personal capacitado es de suma importancia para evitar confusiones y descontento a futuro de igual manera con la investigación de Samanez (2019) recomienda tener personal con experiencia suficiente para el puesto necesitado ya esto ayuda a la empresa a desestimar gastos externos.

Expectativa: El 57% nunca superaron las expectativas con algunos de sus productos o servicio, esta información contrasta con Ticona (2021) donde nos hace entender que llevar una buena expresión o una buena expectativa a un cliente es formar lazos de fidelidad ya que el cliente se siente satisfecho con su consumo realizado, coincidiendo con el trabajo de investigación de Beltrán (2021) concluye mantener

siempre en expectativa al cliente, ayuda estar en constante curiosidad a los productos o servicios que recibirá..

Nivel de satisfacción: El 71% opinan que casi siempre salen con un buen nivel de satisfacción con el servicio recibido, esta información contrasta con Huaman (2020) Tener satisfecho a un consumidor nos quiere decir que estamos marchando de manera correcta, por eso es importante medir un nivel de satisfacción al cliente ya que esto nos ayuda a medir y a diagnosticar el funcionamiento de la empresa, coincidiendo con el trabajo de investigación de Aponte (2021) las cuales nos dice que medir los niveles de satisfacción del cliente es bueno, ya que nos ayuda a identificar las necesidades que falta desarrollar a la empresa.

Rendimiento: El 56% opinan que casi siempre observaron un buen rendimiento por parte de los trabajadores esto contrasta con la investigación de Beltrán (2021) Tener un buen rendimiento laboral es favorable para el empleado ya que aspira para cargos de mayor confianza ya que demuestra que es capaz de superarse y resolver problemas, para la empresa tener trabajadores con un buen rendimiento laboral es importante ya que agiliza a las metas diarias en ventas, coincidiendo en la investigación de Rodríguez (2019) donde nos dice que el rendimiento es la capacidad o acción de captar nuevas habilidades que el trabajador saca a relucir en un corto tiempo.

Comparación: El 41% algunas veces compara el servicio con otro establecimiento con de rubro similar, esto contrasta con la investigación de Torres (2019) A veces que un cliente compare de servicio con otra empresa puede ser positivo ya que nos ayuda a evaluarnos y dar lo mejor con estrategias según al manual de calidad, así poner fin el punto de comparación.

Producto: El 84% opinaron que nunca se llevaron un producto de mala calidad, esta información contrasta con Huaman (2020) nos quiere decir que brindar un producto de calidad aumenta la demanda de cliente ya que el cliente va por un producto de calidad para satisfacer su necesidad, por eso mismo es recomendable implementar productos de mayor duración ya que esto garantiza que el cliente recomiende a la empresa, coincidiendo con el trabajo de investigación de Aponte (2021) donde nos quiere decir que el producto es un bien que se da al consumidor con necesidades por que el cliente espera que su producto este de la mejor manera..

Empatía: El 41% opinan que algunas veces percibió empatía en el establecimiento, esta información coincide con Ludeña (2020) Tener un buen ambiente laboral es beneficio para los clientes como trabajadores ya que esto crea armonía por ambas partes, la empatía es importante para cualquier empresa ya que uno se identifica a la necesidad que pueda tener, por otro lado coincidiendo con el trabajado de investigación de Ludeña (2020) donde nos dice que la empatía hacia una persona puede significar mucho, ya que demuestras interés a su problemática que está atravesando.

Comunicación: El 51% opina que siempre han tenido una buena comunicación con los trabajadores, esta información concuerda con la de Segura (2022) concluye que la comunicación es una herramienta importante para cualquier empresa ya que nace un vínculo de confianza entre el cliente y la empresa, esto coincide con la investigación de Ticono (2021) la comunicación es indispensable para cualquier empresa ya que esto ayuda a crear lazos más cercanos con los clientes y la empresa.

Objetivo 4

Propuesta de mejora de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

En el establecimiento el Papirriqui, un emprendimiento dedicado a la venta y planchado automotriz, busca optimizar sus ventas y fidelizar a sus clientes a base de la buena atención al cliente, esto ayudara al establecimiento a generar más ingresos y más clientes fidelizados, por eso mismo se ayudará con un plan de mejora para que el establecimiento pueda lograr sus objetivos.

1. Datos Generales:

- Nombre Comercial: El Papirriqui
- Giro de la Empresa: Venta de pintura y planchado automotriz
- Dirección: Santo Domingo S/N
- Nombre del Representante: Oscar Ricardo Bances Rivera

2. Misión

Buscar constantemente la satisfacción de nuestros clientes, ofreciendo productos innovadores con los más altos estándares de calidad, seguridad y protección ambiental con enfoque a la mejora continua, capacitación constante y compromiso de nuestros colaboradores, proveedores con certificación de calidad; asegurándonos además de la excelencia de nuestros servicios desde el diseño, desarrollo, fabricación, comercialización y entrega de nuestros productos, brindándoles una vida más fácil y gratificante llena de perfectos colores y hermosos acabados.

3. Visión:

Ser la mejor empresa de Mecánica Automotriz Multimarca en todo el país, manteniendo nuestras ventajas competitivas: experiencia, tecnología de última generación en el equipamiento, buenos precios y atención personalizada.

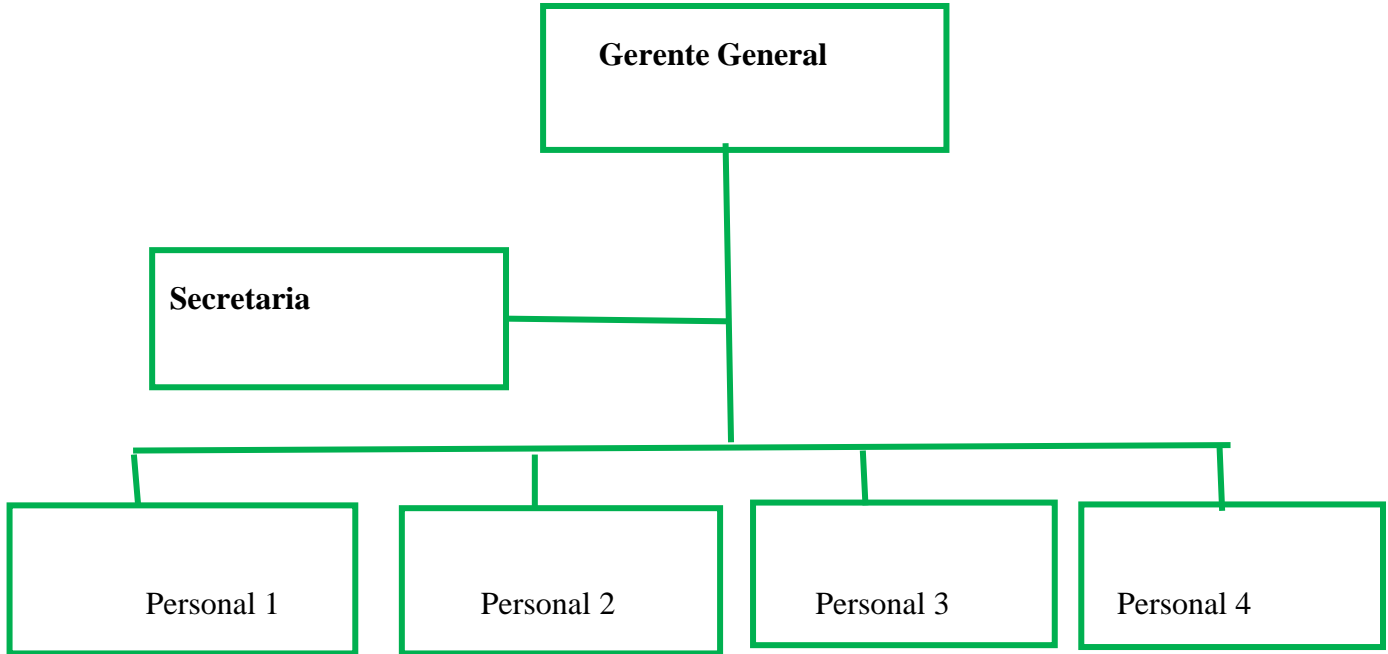
4. Objetivos

- Ser el primer establecimiento de venta de pintura y planchado automotriz a nivel local.
- Alcanzar el mayor volumen de ventas
- Brindar la mejor atención a los clientes
- Tener un gran equipo de trabajo capacitado

5. Productos o servicios

- Venta de pintura
- Pintado por paños
- Baño de pintura
- Corrección de arañones
- Cambio de color
- Pintado de aros, entre otros

6. Organigrama de la empresa



6.1 Descripción de sus funciones

Cargo:	Gerente general
Perfil	<ul style="list-style-type: none">✓ Estudios universitarios✓ Experiencia en el rubro✓ Ser líder
Funciones	<ul style="list-style-type: none">✓ Tomar buenas decisiones para mejorar la empresa✓ Controlar y dirigir las obligaciones de la empresa✓ Aplicar un plan estratégico ante situaciones de emergencia✓ Obtener mayores ganancias

Cargo:	Secretaria
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios universitarios ✓ Conocimiento es Excel intermedio ✓ Conocimiento en Marketing ✓ Capacidad de hacer múltiples tareas a la vez
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proporcionar apoyo al área administrativa ✓ Agendar pedidos ✓ Recibir y responder mensajes, correos o llamadas a los Clientes ✓ Apoyar en caja

Cargo:	Personal 1
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios secundarios ✓ Conocimiento en el rubro ✓ Licencia de conducir ✓ Capacidad de hacer múltiples tareas a la vez
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Corrección de arañones ✓ Cambio de color ✓ Pintado de aros, entre otros ✓ Tratamiento de pintura

Cargo:	Personal 2
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios secundarios ✓ Conocimiento en el rubro ✓ Capacidad de hacer múltiples tareas a la vez
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Corrección de arañones ✓ Cambio de color ✓ Pintado de aros, entre otros ✓ Tratamiento de pintura

Cargo:	Personal 3
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios secundarios ✓ Conocimiento en el rubro ✓ Capacidad de hacer múltiples tareas a la vez
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Corrección de arañones ✓ Cambio de color ✓ Pintado de aros, entre otros ✓ Tratamiento de pintura

Cargo:	Personal 4
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios secundarios ✓ Conocimiento en el rubro de muebles de melanina ✓ Capacidad de hacer múltiples tareas a la vez
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Apoyo de Corrección de arañones ✓ Apoyo de Cambio de color ✓ Apoyo de Pintado de aros, entre otros ✓ Apoyo de Tratamiento de pintura

7. Diagnostico general

<p>Factores externos</p> <p style="text-align: right;">Factores internos</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Expansión del rubro por la demanda. ➤ multiservicio ➤ crecimiento de personal por la demanda ➤ satisfacer las necesidades del cliente 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Precios elevados de locales ➤ Competencias del rubro ➤ prestadores de servicio independientes
<p>FORTALEZAS</p>	<p>Estrategias FO</p>	<p>Estrategias FA</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Asesoramiento antes y después de la compra ➤ Máquinas de última generación ➤ Calidad del producto ➤ Abastecimiento de productos 	<p>E1 Capacitación al personal para lograr clientes fieles</p> <p>E2 tomar asesoramiento en atención al cliente para poder competir en el mercado</p> <p>E3 personal que sepa manejar vehículo para el movimiento de los carros de los clientes.</p>	<p>E1 Tener capital para la expansión del rubro</p> <p>E2 Asesorar al personal para brindar un servicio de calidad</p>
<p>DEBILIDADES</p>	<p>Estrategias DO</p>	<p>Estrategias DA</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Informalidad en el sector ➤ Personal poco capacitado ➤ Poco uso de las redes Sociales ➤ Desconocimiento del marketing 	<p>E1 Mantener las redes sociales activas, mostrando los productos de tienda a asesorando ante modelos de los clientes. D3 O3</p> <p>E2 Brindar capacitación al personal sobre lo que se vende, explicar a detalle para que no tengas dudas D2 O1</p>	<p>E1 Brindar promociones o regalos ante compras</p> <p>E2 Asegurar la fidelidad de los clientes</p> <p>E3 Brindar pinturas y servicios de calidad</p>

8. Indicadores de una buena gestión

- Planeación estratégica
- Implementación de redes sociales
- Uso del marketing

Indicadores	Problemas	Acciones de mejora
Planeación estratégica	Problemas con planeaciones estratégicos para mejorar la atención al cliente	Recibir capacitaciones sobre atención al cliente y planeación estratégica
Implementación de redes sociales	En su mayoría desconocen usar redes sociales para promocionar sus productos	Recibir una capacitación sobre el uso de redes sociales.
Uso del marketing	Poco conocimiento sobre mecanismos del marketing	Capacitarse sobre las herramientas del marketing o realizarlo mediante un asesor externo.

9. Problemas

Problemas	Acción de mejora
Problemas de fidelización de los clientes	Implementar nuevos canales de comunicación y venta, cuidar la capital del negocio y conservar a los clientes actuales.
Poca iniciativa del personal	Incentivar al personal con charlas motivacionales, incentivos económicos como emocionalmente.
Pocas ofertas de productos y servicio	Aplicar cada 2 meses ofertas de productos y servicio.
Desconocimiento del uso de redes sociales	Capacitarse sobre el uso de las redes sociales para ofrecer sus servicios.

10.2 Estrategias

AREA DE MEJORA (Gerente de ventas)	
Descripción del problema	Problema de fidelización del cliente
Causas del problema	Desconocimiento del personal en atención al cliente
Objetivo a conseguir	<ul style="list-style-type: none">✓ Recibir capacitaciones mensuales✓ Practicar la comunicación asertiva con los clientes✓ Fidelizar a los clientes
Acciones de mejora	<ul style="list-style-type: none">✓ Capacitar al personal sobre la atención al cliente✓ Practicar la comunicación con los clientes✓ Practicar la empatía con los clientes
Beneficios esperados	<ul style="list-style-type: none">✓ Lograr con los objetivos planteados✓ Obtener mayor ganancia✓ Ser una empresa reconocida

11. Esquematizar estrategias

Establecer acciones	Estrategias	Humanos	Económicos	Tecnológicos	Establece tiempo de desarrollo
Capacitaciones de atención al cliente	Aplicar charlas sobre una mejor atención al cliente	Gerente	200 mensual	Uso de las TIC, Mediante el zoom y dinámicas	2 meses
Asesoramiento para medir el desempeño del personal	Aplicar pruebas de rendimiento al personal	Gerente	200 mensual	Evaluaciones	2 meses
Establecer canales de comunicación	Analizar la situación actual de la empresa	Gerente	300 mensual	Uso de plataformas digitales	2 meses
Mejorar las ventas	Analizar las ventas del mes para ver si suben y bajan	Gerente	300 mensual	Programas de ventas para ver las estadísticas	2 meses

12. Cronograma de actividades

Nombre de la actividad	Cronograma de actividades		
	Enero	Febrero	Marzo
Aplicar promociones de ventas	X		
Aplicar charlas sobre mejorar la atención al cliente		X	
Analizar la situación actual de la empresa			X
Asesorar sobre el uso de las redes sociales			X

VI. CONCLUSIONES

Respecto al objetivo General 01: Se determinaron las Características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023. Se determina una propuesta de mejora para este trabajo de investigación ya que está enfocado en incrementar las ventas y recuperar a sus clientes que se perdieron por la poca iniciativa en gestión de calidad, por eso mismo se harán uso de herramientas en atención al cliente para la gestión de calidad esto ayudarán al negocio a optimizar sus ventas y buscar las mejores estrategias para recuperar a sus clientes. Por otro lado, capacitar a sus trabajadores para brindar un buen servicio de calidad con información adecuada para que el cliente se valla satisfecho.

Respecto al objetivo 02: Se identificaron Característica de la Gestión de Calidad de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023 En la dimensión Productividad, según a los indicadores relacionado podemos decir que la mayoría de clientes están de acuerdo que muy pocas veces se planteó una buena gestión de calidad en la empresa, por los que se espera que después de esta investigación mejoren sus productividad, planteando objetivos estratégicos para el manejo correcto del establecimiento . En la dimensión Planificación, según a sus indicadores relacionados se puede decir que la mayoría de los clientes están de acuerdo que muy pocas veces se utilizó los procesos de gestión de calidad por los que podemos decir que no se utilizó constantemente una planificación para desarrollar una buena gestión de calidad.

Respecto al objetivo 03: Se determinaron las Características de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023. En la dimensión Satisfacción, según a los indicadores relacionado podemos decir que la mayoría de clientes están de acuerdo que algunas veces recibieron un buen servicio en cuanto atención al cliente, por lo que se espera que no sea alguna vez si no siempre se practique buenas técnicas en atención al cliente para lograr los objetivos que se halla plantado el establecimiento. En la dimensión Calificación, según a sus indicadores relacionados se puede decir que la mayoría de los clientes están de acuerdo que algunas veces se han ido satisfecho con el trato recibido, por los que queda pendiente seguir trabajando en atención al cliente hasta que el establecimiento tome medidas correctas para conseguir elevando sus ventas y lograr fidelizar a sus clientes.

Respecto al objetivo 04: Propuesta de mejora de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Se aplico una propuesta de mejora que ayudara a desarrollar con mejor destreza la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente para lograr sus objetivos y metas de la empresa investigada. Enfocándose en los siguientes aspectos: como mejorar la gestión de calidad para obtener una mejor proyección de la empresa, como también conocer herramientas de atención al cliente para una buena gestión y mejorar la relación con su personal a base de información concreta, debido que la atención al cliente es muy importante que se conozca los procedimientos para un buen desarrollo del negocio y pueda cumplir con su objetivo de incrementar sus ventas y fidelizar sus clientes.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda implementar las herramientas de atención al cliente, ya que conocerá todo sobre la oferta de producto y el buen trato que se debe tener con el cliente, esto ayudará al establecimiento a incrementar sus ventas, fidelizar clientes y ser recomendados por sus clientes habituales.

Realizar capacitaciones mensuales al personal para desenvolverse mejor en el ámbito laboral y tener el control de su trabajo a realizar, así mismo ponerse metas diarias para medir su nivel de desempeño laboral, esto ayudara a identificar los posibles problemas que puedan surgir.

Recibir capacitaciones del uso correcto de las redes sociales, esto ayudara a hacerse visible a la empresa y aprovechar las ofertas que ofrece, para conseguir nuevos clientes y así poder incrementar sus ventas. Promocionar sus productos para llamar la atención de los clientes, esto beneficiara a captar nuevos clientes, fidelizarlos e incrementar las ganancias.

Practicar siempre la empatía con los clientes ya que esto ayudara que los clientes se sientan escuchados y atendidos. Aplicar la propuesta de mejora, ya que se hizo con un análisis previo a la actualidad de la empresa, esto ayudara a la empresa a cómo conseguir clientes nuevos, incrementar las ventas y fidelizar a los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alejandro, R. W. (2021) En su investigación titulada. *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Jirón Enrique Palacios del distrito de Chimbote, 2019*. Recuperado en:
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/21138>
- Alles, M. A. (2019). *Formación, Capacitación, Desarrollo - Volumen 1: Diseñar, planificar e implementar actividades formativas efectivas y eficaces mirando al 2030/2040.. Arhintina: Ediciones Granica*. Recuperdo de:
https://www.google.com.pe/books/edition/Formaci%C3%B3n_Capacitaci%C3%B3n_Desarrollo_Volu/keH4DwAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- Aponte, C, N. (2021) En su investigación titulada. *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018*. Recuperado en:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/21708>
- Artacho, N, M. (2017) Calidad, seguridad y protección ambiental en restauración. HOTR0309. IC Editorial, 2017
https://books.google.com.pe/books?id=631DDwAAQBAJ&dq=importancia+de+gestion+de+calidad+2017&source=gbs_navlinks_s
- Arteaga, V, N. (2022) En su investigación titulada. *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Coishco, 2020* Recuperado en:
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/26793>
- Beltrán, O.K. (2021) en su investigación titulada. “Propuesta de mejora en la Atención al cliente para la Gestión de calidad de la mype del sector comercio, rubro abarrotes, caso: “Bodega Lucerito”, cañete – 2020”. Recuperado en:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/20199/ATENCION_BODEGA_BELTRAN_%20PORTUGUEZ_%20KELLY%20MILUS

- Blanco Sánchez, M. J. (2022). *La información en contratos de inversión. Contratos de comisión y asesoramiento financiero*. Spain: ARANZADI / CIVITAS.
https://www.google.com.pe/books/edition/La_informaci%C3%B3n_en_contratos_de_inversi/Mu-mEAAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- Cárdenas (2019) análisis de la Calidad del Servicio de Atención al Cliente en Café Lúcumá Para Un Plan De Mejora” Universidad De Guayaquil Facultad de Comunicación Social Carrera Hotelería y Turismo
[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45978/1/An%C3%A1lisis%20de%20la%](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45978/1/An%C3%A1lisis%20de%20la%20)
- Cárdenas, M.; Escobar, K. (2019). Propuesta de formalización del enfoque de atención al cliente y contables para el Minimarket Joselito. (Tesis inédita de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/42528>
- Carvajal, F. P (2017) Manual. Gestión de servicios en el sistema informático (Transversal: MF0490_3). Certificados de profesionalidad, Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=ccU-DwAAQBAJ&dq=Francisco+2017+gestion&source=gbs_navlinks_s
- Centro de comercio Internacional (2016). Programa de Calidad para África Occidental: Un enfoque regional de la competitividad
<https://www.intracen.org/articulo/Programa-de-Calidad-para-Africa-Occidental-Un-enfoque-regional--de-la-competitividad/>
- Cortes, S, J. (2017) Sistemas de Gestión de Calidad. ICB Editores, 2017
https://books.google.com.pe/books?id=RhkWDwAAQBAJ&dq=herramientas+de+gestion+de+calidad+2017&source=gbs_navlinks_s
- De Isla Soler, J. L. (2023). Personal Sanitario y no Sanitario del Servicio Andaluz de Salud SAS 2023. Temario común.. Spain: Ediciones Rodio S. Coop. And..
https://www.google.com.pe/books/edition/Personal_Sanitario_y_no_Sanitario_d_el_Se/6bOzEAAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0

- Escudero, S. M. (2017) Comunicación y atención al cliente 2.^a edición
<https://books.google.com.pe/books?id=mdXLDgAAQBAJ&pg=PA184&dq=Atenci%C3%B3n+al+cliente+2021&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwidmpyMsMXwAhWzF7kGHevIAHoQ6AEwAHoECAMQA#v=onepage&q=Atenci%C3%B3n%20al%20cliente%202021&f=false>
- ELISA, C. (2021) Travesía Temporal: La Investigación Transversal en tesis de grado
<https://todosobretesis.com/travesia-temporal-la-investigacion-transversal-en-tesis-de-grado/>
- Fernández, S, C. (2019) Atención al cliente en el proceso comercial. Ediciones Paraninfo, S.A., 2019 Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=LjehDwAAQBAJ&dq=atencion+al+cliente+2018&source=gbs_navlinks_s
- Flamarique, S. (2019). Manual de gestión de almacenes. Spain: ICG Marge, SL.
https://www.google.com.pe/books/edition/Manual_de_gesti%C3%B3n_de_almacenes/P7SPDwAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- García Navarro, J. J. (2021). Comunicación empresarial y atención al cliente. Spain: Editorial Editex. Recuperado de:
https://www.google.com.pe/books/edition/Comunicacion_empresarial_y_atencion_al_c/-A0tEAAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- Gestión Económico. (2018) Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918-noticia/>
- Gil, P. J. (2016) Técnicas e Instrumentos Para La Recogida De Información recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=ANrkDAAAQBAJ&dq=tecnica+y+instrumento+en+investigacion&source=gbs_navlinks_s
- González Acedo, J. C.(2021). Formación y orientación laboral 8.a edición 2021. Spain: Ediciones Paraninfo, S.A.
https://www.google.com.pe/books/edition/Formaci%C3%B3n_y_orientaci%C3%B3n_laboral_8_%C2%AA_e/7nA-EAAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0

- Gonzales, M, J. (2019) Manual práctico de planeación estratégica. Spain: Ediciones Diaz de Santos
- González, R. (2016). La calidad en España, ¿realidad o ficción?, HOME . gestión empresarial <https://www.pdcahome.com/3375/la-calidad-en-espana-realidad-o-ficcion/>
- Gonzales, P, J. (2016) El desertor Xlibris Corporation, 2016 152451117X, 9781524511173
https://books.google.com.pe/books?id=jmSMDAAAQBAJ&dq=Gonzales+2016&source=gbs_navlinks_s
- Gopee, N. (2023). Supervision of Learning and Assessment in Healthcare. 英国: SAGE Publications.https://www.google.com.pe/books/edition/Supervision_of_Learning_and_Assessment_i/RJGREAAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- Hatt, P.K. (2022) Métodos en investigación social (sociología) [libro en rústica] <https://reisdigital.es/investigaciones/investigacion-no-experimental-segun-autores/>
- Hammond, M. (2022). Satisfacción del cliente: qué es, sus elementos y cómo medirla. Recuperado en: <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente>
- Hernández. (2018) señalan que una investigación descriptiva . <https://cypym-com.ngontinh24.com/article/autores-de-investigacion-descriptiva-las-mejores-fuentes-para-tu-estudio>
- Hernández R. (2016) Metodología de la investigación 5ta. Edición. México. MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DEC. V.
- Hernández, S. R. (2018) metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=5A2QDwAAQBAJ&dq=Muestra+Probabil%C3%ADstica+2018&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi1mMfF2OjwAhVbGbkGHbPGBcQQ6AEwA3oECAIQAg>

- Hetland, A. (2020) *Life-Cycle Civil Engineering: Innovation, Theory and Practice: Proceedings of the 7th International Symposium on Life-Cycle Civil Engineering (IALCCE 2020)*, October 27-30, 2020, Shanghai, China, recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=WUkgEAAAQBAJ&dq=Hetland+2020&source=gbs_navlinks_s
- Huaman, J. A. (2020). *Propuesta de Mejora de Atención al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurante: Caso “Restaurant – Pollería Rodrigo’S”*. San Vicente- Cañete, 2019). Cañete, Perú. Recuperado en:
<https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/24308/>
- Ibáñez, P. J. (2016) *Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica*, recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=ggTdBAQAQBAJ&dq=tecnica+y+instrumento+en+investigacion&source=gbs_navlinks_s
- Iglesias, L, A. (2023) *Caso Scalpers: la mejora continua de la cadena de suministro, factor básico de éxito*. Spain: ESIC Editorial.
https://www.google.com.pe/books/edition/Caso_Scalpers_la_mejora_continua_de_la_c/mO-_EAAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- INEC. (2017). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Obtenido de
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2017/Documentos_DIEE_2017/Documentos_DIEE_2017/Principales_Resultados_DIEE_2017.pdf
- ISO. (2020). *ISO 9001:2015. El Futuro de la Calidad*. Isotools Excelence.
<http://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf>
- López, E.J y Checa, H, E. (2017) *Planificación del producto editorial*. ARGN0109. IC Editorial, 2017.
https://books.google.com.pe/books?id=3X1DDwAAQBAJ&dq=clasificacion+de+gestion+de+calidad+2017&source=gbs_navlinks_s

- Ludeña, K. J. (2020). Propuesta de Mejora de Atención al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Hospedaje Caso: El Bosque, Nuevo Imperial- Cañete, 2019. Cañete, Perú.
- Llamas Alba, E. (2018). Examen de Entrenamiento 2018. (n.p.): Lulu.com.
https://www.google.com.pe/books/edition/Examen_de_Entrenamiento_2018/1m9TDwAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- Marín, L. J., Sanabria, B., & Sanchez, M. I. (2019). Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet). Bogota.
- Mendoza, CH. A (2019) *Caracterización de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental de la Avenida Gamarra, distrito de Casma, 2019.*
- Metcalf, G. (2019). *Kanban: Visualizar El Flujo de Trabajo: Guía de Expertos. (n.p.): Independently Published.*
https://www.google.com.pe/books/edition/Kanban_Visualizar_El_Flujo_de_Trabajo_Gu/EvvcwgEACAAJ?hl=qu
- Miller, D. (2021). *The Global Smartphone: Beyond a youth technology. 英国: UCL Press.*
https://www.google.com.pe/books/edition/The_Global_Smartphone/9NIsEAAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- Montesinos, G. A. (2020) Estadística, Muestreo, Muestreo aleatorio simple. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/handle/10251/145099>
- Mouthón, P. (2022) Relaciones internacionales, competitividad y sostenibilidad en América Latina. (2 (n.p.): UNAM | FES-Iztacala,
https://www.google.com.pe/books/edition/Relaciones_internacionales_competitividad/je1mEAAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- Muñiz González, L. (2017). Check-list para el diagnóstico empresarial: Una herramienta clave para el control de gestión. Spain: Profit Editorial.
https://www.google.com.pe/books/edition/Check_list_para_el_diagn%C3%B3stico_empresa/w-buDQAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0

- Ñaurima, Y. (2016). Calidad de servicio y satisfacción del Cliente de las Pollerías del Distrito de Andahuaylas, Provincia Andahuaylas, Región Apurímac. Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas, Escuela Profesional de Administración de Empresas. file:///C:/Users/pc/Downloads/Dialnet
- Ortega, C. (2023). 9 herramientas del servicio al cliente para tu negocio. Recuperando en: <https://www.questionpro.com/blog/es/herramientas-del-servicio-al-cliente/>
- Oviedo, A. (2019) ISO 9001:2015 Requisitos, Orientación y Correlación: Sistemas de Gestión 2019 recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=GlaMDwAAQBAJ&dq=caracteristicas+de+gestion+de+calidad+2019&source=gbs_navlinks_s
- Palacios, I, M. (2018) ¿cuándo Se Presenta la Verdadera Atención Al Cliente?: ¿Es Importante Que el Personal Laboral Enfoque la Importancia de Poseer una Amplia Capacidad de Respuesta, Hacia el Cliente? Independently Published, 2018 <https://books.google.com.pe/books?id=XIlawwEACAAJ&dq=inportancia+de+atencion+al+cliente+2018&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwiqqaXNo87sAhV5IlkGHR6JBwAQ6AEwBnoEAcQAQe>
- Palomar Olmeda, A. (2022). Practicum de Contratos Públicos 2022. Spain: ARANZADI / CIVITAS. https://www.google.com.pe/books/edition/Practicum_de_Contratos_P%C3%BAblicos_2022/hO-mEAAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- Patiño-Galván, I. (2023). Innovation and Entrepreneurship Ecosystems: An Evolutionary Vision in the Creation of Local Ecosystems. Saksa: Springer International Publishing. https://www.google.com.pe/books/edition/Innovation_and_Entrepreneurship_Ecosysteme/BXitEAAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- Peña Alonso, J. L. (2022). Tributación empresarial en Burgos: análisis comparativo. Spain: ARANZADI / CIVITAS. https://www.google.com.pe/books/edition/Tributaci%C3%B3n_empresarial_en_Burgos_an%C3%A1l/MO-mEAAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0

- Pérez Chávez, J.(2017). Manual para el control integral de las nóminas 2017. Mexic: TaxEditores.https://www.google.com.pe/books/edition/Manual_para_el_control_integral_de_las_n/09z0DwAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- Perú, compendio estadístico. (2018). Piruw: Instituto Nacional de Estadística e Informática.https://www.google.com.pe/books/edition/Per%C3%BA_compendio_estad%C3%ADstico/GWh06bToeckC?hl=qu&gbpv=0&bsq=Producto%2020
- Pincay, Y.; Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. (Tesis inédita de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539747>
- PISA (2018). Programa para la Evaluación Internacional de los Estudiantes. Informe español. . (n.p.): Ministerio de Educación y Formación Profesional.
https://www.google.com.pe/books/edition/PISA_2018_Programa_para_la_Evaluaci%C3%B3n_I/fYvfDwAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- Quiroa, M. (2021). Proceso de calidad, recuperado en:
<https://economipedia.com/definiciones/proceso-de-calidad.html>
- Rastrollo Suárez, J. J. (2021). Guía para la planificación, gestión y ejecución de los fondos del Plan para la Recuperación, Transformación y Resiliencia. Spain: ARANZADI / CIVITAS.
https://www.google.com.pe/books/edition/Gu%C3%ADa_para_la_planificaci%C3%B3n_gesti%C3%B3n_y/_EBCEAAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- Rodríguez, P, C. (2019) En su investigación titulada “Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bazar tiendas de regalos del casco urbano distrito de Chimbote.
- Ruiz, A, C. (2019) Compendio Científico en Ciencias Agrícolas y Biotecnología (Vol 2): XXI Congreso Internacional en Ciencias Agrícolas.
https://www.google.com.pe/books/edition/Compendio_Cient%C3%ADfico_en_Ciencias_Agr%C3%AD

- Ruiz Illán, J. F. (2021). Comunicación efectiva y trabajo en equipo. Kulumbya: Ediciones de la U.
https://www.google.com.pe/books/edition/Comunicaci%C3%B3n_efectiva_y_tr
- Saldaña, C. (2018) Gestión y finanzas para gerentes de proyectos Universidad Externado, 2020 recuperado en:
https://books.google.com.pe/books?id=2wPYDwAAQBAJ&dq=Salda%C3%B1a+cliente+2018&source=gbs_navlinks_s
- Samanez, F, L. (2019). En su tesis de investigación titulada *Gestión de Calidad en Atención al Cliente y Propuesta De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de Sayan, Provincia de Huaura, Año 2019*. Recuperado en:
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/11533>
- Sánchez, A, S. (2017) Gestión de la calidad ISO 9001/2015 en comercio. Editorial Elearning, S.L., 2017 Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=izZWDwAAQBAJ&dq=gestion+de+calidad+2017&source=gbs_navlinks_s
- Sánchez, G. H. (2016) La gestión de la calidad universitaria en el espacio birregional Unión Europea, América Latina y el Caribe (1999-2010)
https://books.google.com.pe/books?id=C-5wEAXv00sC&dq=Gesti%C3%B3n+de+Calidad+2021&source=gbs_navlinks_s
- Sánchez, L. F. (2019) Calidad Total, Editorial Elearning, S.L., 2019, recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=BkDIDwAAQBAJ&dq=caracteristicas+de+gestion+de+calidad+2019&source=gbs_navlinks_s
- Segura, V, L. (2022) En su título de investigación titulada. Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Sayan, provincia de Huaura, año 2019. Recuperado en :
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/11533>

- Spector, P. E. (2022). Job Satisfaction: From Assessment to Intervention. 英国: Taylor & Francis. https://www.google.com.pe/books/edition/Job_Satisfaction/X-RXEAAAQBAJ?hl=qu&gbpv=0
- Ticona, T, J. (2021) En su investigación titulada. “Propuesta de mejora en la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las Mypes del sector servicios, rubro salones de belleza de la ciudad de Tingo María, 2020”
Recuperado en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/21496>
- Tadi, M. (2017). Timisoara 2020 Overall Vision: A Case Study. Ý: Alinea. https://www.google.com.pe/books/edition/Timisoara_2020_Overall_Vision/rgfJh-3vpOEC?hl=qu&gbpv=0
- Torres, R. (2019) Diseño de propuesta para mejorar la calidad del servicio al cliente en la Sanduchería y Pastelería “le croissant” del Cantón Samborondón. (Tesis 69 inédita de pregrado). Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/38775>
- Veintimilla, M. (2016). Conocimiento e inserción de la responsabilidad social empresarial en las pymes de la ciudad de Loja período 2013-2014. Trabajo de titulación de Ingeniero en Administración de Empresas, Universidad Técnica particular de Loja, Loja. Obtenido de <http://dspace.utpl.ed.ec/handle/123456789/10677>
- Villanueva, L, R. (2018) Comunicación y Atención al Cliente en Hostelería y Turismo. HOTA0208. IC Editorial, 2018 https://books.google.com.pe/books?id=cINYDwAAQBAJ&dq=caracteristicas+de+atencion+al+cliente+2018&source=gbs_navlinks_s
- Zuluaga, P. J. (2021) Estatuto tributario 2021, recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=BFefEAAAQBAJ&pg=PA135&dq=Micro+y+peque%C3%B1as+empresas+2021&hl=qu&sa=X&ved=>

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de Consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.</p>	<p>-Determinar las características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.</p>	<p>Según Carvajal, (2017)</p> <p>Indica que en una investigación no puede haber hipótesis si solo se describe conceptos o variables, en resumen, en esta investigación no tiene hipótesis dado que solo se describirá las principales características de</p>	<p>V1. Gestión de calidad</p> <p>Dimensión 1: Productividad</p> <p>Dimensión 2: Planificación</p> <p>V2. Atención al cliente</p> <p>Dimensión 1: Satisfacción</p> <p>Dimensión 2: Calificación</p>	<p>Tipo de Investigación</p> <p>El tipo de investigación es cuantitativa</p> <p>Nivel de Investigación</p> <p>Durante el proceso de investigación se seguirá el nivel aplicado de propuesta de enfoque descriptiva.</p> <p>Diseño de la Investigación: No Experimental - transversal</p> <p>Población: Se ha tomado como población a 2, 000 clientes a las cuales se</p>
	<p>Objetivos específicos</p>			
	<p>-Determinar la característica de la Gestión de Calidad de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de</p>			

<p>planchado automotriz, Chimbote, 2023?.</p>	<p>pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.</p> <p>-Describir las características de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.</p> <p>-Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente de la empresa “El Papirriqui” rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.</p>	<p>gestión de calidad para mejorar la atención al cliente.</p>		<p>determinó con los recibos de venta emitidos anualmente.</p> <p>Muestra</p> <p>Muestra probabilística: Se determinó de acuerdo a la fórmula obteniendo una muestra de 70 clientes.</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p>
---	--	--	--	---

Anexo 02. Instrumento de recolección de información



INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO SOBRE LA GESTIÓN POR RESULTADOS

ESTIMADO COLABORADOR:

La presente encuesta pretende recoger tu opinión sobre la Gestión de Calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa “El Papirriqui” rubro vende de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023, contesta sinceramente a las siguientes preguntas y aseveraciones porque tus respuestas no tendrán un efecto ni positivo ni negativo en tu situación laboral.

Fecha: ___ / ___ / ___

Sexo: Femenino () Masculino ()

Ocupación: Auxiliar Administrativo () Técnico Administrativo () Profesional Especialista () Funcionario ()

Grado de estudio: Secundaria () Superior Técnica () Superior Universitaria () Post. Grado ()

Instrucciones: De acuerdo a las escalas marque con una “X” solo el número que mejor describa su experiencia en cada una de las preguntas. El significado de cada número es el siguiente.

5 = Siempre 4 = Casi siempre 3 = Algunas veces 2 = Muy pocas veces 1 =

Nunca

N°	ITEM: Gestión de calidad	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
	D: Procesos de Calidad.					
1	¿Con que frecuencia el establecimiento establece una planeación estratégica para mejorar su gestión de calidad?					

2	¿Regularmente se observa haciendo capacitaciones al personal en el establecimiento?					
3	¿Ha observado usted algún flujo de trabajo en el establecimiento?					
4	¿Ha experimentado mejoras continuas en el establecimiento?					
5	¿El establecimiento con frecuencia da un diagnóstico a su producto o servicio?					
6	¿El establecimiento hace participar en entrenamientos manuales en el planchado de autos cuando no tiene personal suficiente?					
7	¿El establecimiento pone en acción el manual de calidad?					
8	¿El establecimiento siempre evalúa la situación del vehículo antes de proponer la marca de la pintura?					
9	¿Al establecimiento siempre se le ve teniendo el control sobre situaciones difíciles?					
10	¿A los trabajadores del establecimiento siempre se le ve teniendo la supervisión del dueño del negocio?					
11	¿EL establecimiento siempre asesora a sus clientes con el color, diseño y marca del producto?					

N°	ITEM: Atención al cliente	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
D: Proceso de Satisfacción al cliente		5	4	3	2	1
1	¿Cree usted que siempre le brindan un buen servicio?					
2	¿El establecimiento siempre pone en oferta sus productos?					
3	¿Frecuentemente al personal del establecimiento se le ve teniendo la experiencia suficiente para lo que está haciendo?					
4	¿Siempre superan sus expectativas con los productos o servicios recibido?					
5	¿Siempre al salir del establecimiento se va con un buen nivel de satisfacción?					
6	¿Regularmente los trabajadores tienen un buen rendimiento cuando prestan su servicio en el planchado de auto?					
7	¿Frecuentemente compara al establecimiento recurrente con otro establecimiento de rubro similar?					
8	¿Alguna vez se llevó algún producto fraudulento o de baja calidad de la empresa?					
9	¿Usted siempre percibe empatía por parte del establecimiento?					
10	¿Usted siempre ha tenido buena comunicación con los trabajadores y dueño de la empresa?					

Anexo 03. Validez del instrumento

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Anaya Moreno Yuri Arquímedes

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: ALICE VICTORIA MENDOZA CHEYÑA estudiante / egresado del programa académico de la Facultad de ciencias e ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: “GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA “EL PAPIRRIQUI” RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



DNI: 72656307

Firma de estudiante

Ficha de Identificación del Experto para proceso de

Nombres y Apellidos: Anaya Moreno Yuri Arquímedes

N° DNI / CE: 43774068

Teléfono / celular: 935151020

Email: amorenoya@hotmail.com

Título profesional: Magister en Administración

Grado académico: Maestría Doctorado:

Especialidad: Licenciado en Administración

Institución que labora: Municipalidad Provincial de Huarney

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE
DE LA EMPRESA “EL PAPIRRIQUI” RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO
AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023

Autor(es): Alice Victoria Mendoza Cheyña

Programa académico: Facultad de ciencias e ingeniería



Firma



Huella digital

FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO: GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA “EL PAPIRRIQUI” RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023

N°	Variable 1:	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Procesos de Calidad							
1	¿Con que frecuencia el establecimiento establece una planeación estratégica para mejorar su gestión de calidad?	X		X		X		
2	¿Regularmente se observa haciendo capacitaciones al personal en el establecimiento?	X		X		X		
3	¿Ha observado usted algún flujo de trabajo en el establecimiento?	X		X		X		
4	¿Ha experimentado mejoras continuas en el establecimiento?	X		X		X		
5	¿El establecimiento con frecuencia da un diagnóstico a su producto o servicio?	X		X		X		
6	¿El establecimiento hace participar en entrenamientos manuales en el planchado de autos cuanto no tiene personal suficiente?	X		X		X		
7	¿El establecimiento pone en acción el manual de calidad?	X		X		X		
8	¿El establecimiento siempre evalúa la situación del vehículo antes de proponer la marca de la pintura?	X		X		X		
9	¿Al establecimiento siempre se le ve teniendo el control sobre situaciones difíciles?	X		X		X		
10	¿A los trabajadores del establecimiento siempre se le ve teniendo la supervisión del dueño del negocio?	X		X		X		
11	¿EL establecimiento siempre asesora a sus clientes con el color, diseño y marca del producto?	X		X		X		

	Variable 2:						
	Dimensión 1: Proceso de Satisfacción al cliente	X		X		X	
1	¿Cree usted que siempre le brindan un buen servicio?	X		X		X	
2	¿El establecimiento siempre pone en oferta sus productos?	X		X		X	
3	¿Frecuentemente al personal del establecimiento se le ve teniendo la experiencia suficiente para lo que está haciendo?	X		X		X	
4	¿Siempre superan sus expectativas con los productos o servicios recibido?	X		X		X	
5	¿Siempre al salir del establecimiento se va con un buen nivel de satisfacción?	X		X		X	
6	¿Regularmente los trabajadores tienen un buen rendimiento cuando prestan su servicio en el planchado de auto?	X		X		X	
7	¿Frecuentemente compara al establecimiento recurrente con otro establecimiento de rubro similar?	X		X		X	
8	¿Alguna vez se llevó algún producto fraudulento o de baja calidad de la empresa?	X		X		X	
9	¿Usted siempre percibe empatía por parte del establecimiento?	X		X		X	
10	¿Usted siempre ha tenido buena comunicación con los trabajadores y dueño de la empresa?	X		X		X	

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Anaya Moreno Yuri Arquímedes DNI 43774068

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE QUILICHAO
Lic. Anaya Moreno Yuri Arquímedes
DNI 43774068
JEFE DE LA OFICINA DE ASESORAMIENTO Y PATRONATO

Firma



CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Gomero Fernández Fátima Khaterin

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: ALICE VICTORIA MENDOZA CHEYÑA estudiante / egresado del programa académico de la Facultad de ciencias e ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: “GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA “EL PAPIRRQUI” RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



DNI: 72656307

Firma de estudiante

Ficha de Identificación del Experto para proceso de

Nombres y Apellidos: Gomero Fernández Fátima Khaterin

N° DNI / CE: 72352442

Teléfono / celular: 994599230

Email: gfernandezfk@hotmail.com

Título profesional: Magister en Administración

Grado académico: Maestría Doctorado:

Especialidad: Gestión Publica

Institución que labora: UGEL- Aija

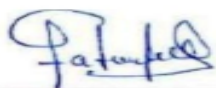
Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE

DE LA EMPRESA "EL PAPIRRIQUI" RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO
AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023

Autor(es): Alice Victoria Mendoza Cheyña

Programa académico: Facultad de ciencias e ingeniería



Firma



Huella digital

FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO: GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA “EL PAPIRRIQUI” RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023

N°	Variable 1:	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Procesos de Calidad							
1	¿Con que frecuencia el establecimiento establece una planeación estratégica para mejorar su gestión de calidad?	X		X		X		
2	¿Regularmente se observa haciendo capacitaciones al personal en el establecimiento?	X		X		X		
3	¿Ha observado usted algún flujo de trabajo en el establecimiento?	X		X		X		
4	¿Ha experimentado mejoras continuas en el establecimiento?	X		X		X		
5	¿El establecimiento con frecuencia da un diagnóstico a su producto o servicio?	X		X		X		
6	¿El establecimiento hace participar en entrenamientos manuales en el planchado de autos cuanto no tiene personal suficiente?	X		X		X		
7	¿El establecimiento pone en acción el manual de calidad?	X		X		X		
8	¿El establecimiento siempre evalúa la situación del vehículo antes de proponer la marca de la pintura?	X		X		X		
9	¿Al establecimiento siempre se le ve teniendo el control sobre situaciones difíciles?	X		X		X		
10	¿A los trabajadores del establecimiento siempre se le ve teniendo la supervisión del dueño del negocio?	X		X		X		
11	¿EL establecimiento siempre asesora a sus clientes con el color, diseño y marca del producto?	X		X		X		

	Variable 2:							
	Dimensión 1: Proceso de Satisfacción al cliente	X		X		X		
1	¿Cree usted que siempre le brindan un buen servicio?	X		X		X		
2	¿El establecimiento siempre pone en oferta sus productos?	X		X		X		
3	¿Frecuentemente al personal del establecimiento se le ve teniendo la experiencia suficiente para lo que está haciendo?	X		X		X		
4	¿Siempre superan sus expectativas con los productos o servicios recibido?	X		X		X		
5	¿Siempre al salir del establecimiento se va con un buen nivel de satisfacción?	X		X		X		
6	¿Regularmente los trabajadores tienen un buen rendimiento cuando prestan su servicio en el planchado de auto?	X		X		X		
7	¿Frecuentemente compara al establecimiento recurrente con otro establecimiento de rubro similar?	X		X		X		
8	¿Alguna vez se llevó algún producto fraudulento o de baja calidad de la empresa?	X		X		X		
9	¿Usted siempre percibe empatía por parte del establecimiento?	X		X		X		
10	¿Usted siempre ha tenido buena comunicación con los trabajadores y dueño de la empresa?	X		X		X		

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Gomero Fernández Fátima Khaterin DNI 72352442



Firma



CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Uribe Comelio Guido Elmer

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: ALICE VICTORIA MENDOZA CHEYÑA estudiante / egresado del programa académico de la Facultad de ciencias e ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: “GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA “EL PAPIRRIQUI” RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



DNI: 72656307

Firma de estudiante

Ficha de Identificación del Experto para proceso de

Nombres y Apellidos: Uribe Comelio Guido Elmer

N° DNI / CE: 70117561

Teléfono / celular: 986136871

Email: ucomelioge@hotmail.com

Título profesional: Magister en Administración

Grado académico: Maestría Doctorado:

Especialidad: Magister en Administración

Institución que labora: Independiente

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE
DE LA EMPRESA “EL PAPIRRIQUI” RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO
AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023

Autor(es): Alice Victoria Mendoza Cheyña

Programa académico: Facultad de ciencias e ingeniería



Mg. Guido Elmer Uribe Comelio
CLAD N° 12504

Firma



Huella digital

FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO: GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA “EL PAPIRRIQUI” RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023

N°	Variable 1:	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Procesos de Calidad							
1	¿Con que frecuencia el establecimiento establece una planeación estratégica para mejorar su gestión de calidad?	X		X		X		
2	¿Regularmente se observa haciendo capacitaciones al personal en el establecimiento?	X		X		X		
3	¿Ha observado usted algún flujo de trabajo en el establecimiento?	X		X		X		
4	¿Ha experimentado mejoras continuas en el establecimiento?	X		X		X		
5	¿El establecimiento con frecuencia da un diagnóstico a su producto o servicio?	X		X		X		
6	¿El establecimiento hace participar en entrenamientos manuales en el planchado de autos cuando no tiene personal suficiente?	X		X		X		
7	¿El establecimiento pone en acción el manual de calidad?	X		X		X		
8	¿El establecimiento siempre evalúa la situación del vehículo antes de proponer la marca de la pintura?	X		X		X		
9	¿Al establecimiento siempre se le ve teniendo el control sobre situaciones difíciles?	X		X		X		
10	¿A los trabajadores del establecimiento siempre se le ve teniendo la supervisión del dueño del negocio?	X		X		X		
11	¿EL establecimiento siempre asesora a sus clientes con el color, diseño y marca del producto?	X		X		X		

	Variable 2:						
	Dimensión 1: Proceso de Satisfacción al cliente	X		X		X	
1	¿Cree usted que siempre le brindan un buen servicio?	X		X		X	
2	¿El establecimiento siempre pone en oferta sus productos?	X		X		X	
3	¿Frecuentemente al personal del establecimiento se le ve teniendo la experiencia suficiente para lo que está haciendo?	X		X		X	
4	¿Siempre superan sus expectativas con los productos o servicios recibido?	X		X		X	
5	¿Siempre al salir del establecimiento se va con un buen nivel de satisfacción?	X		X		X	
6	¿Regularmente los trabajadores tienen un buen rendimiento cuando prestan su servicio en el planchado de auto?	X		X		X	
7	¿Frecuentemente compara al establecimiento recurrente con otro establecimiento de rubro similar?	X		X		X	
8	¿Alguna vez se llevó algún producto fraudulento o de baja calidad de la empresa?	X		X		X	
9	¿Usted siempre percibe empatía por parte del establecimiento?	X		X		X	
10	¿Usted siempre ha tenido buena comunicación con los trabajadores y dueño de la empresa?	X		X		X	

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Uribe Comelio Guido Elmer DNI 70117561



Mg. Guido Elmer Uribe Comelio
CLAD N° 12504

Firma



Anexo 04. Confiabilidad del instrumento

TITULO: GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA "EL PAPIRIQUI" RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023

Gestión de calidad	ALFA DE CRONBACH										SUMA	Atenciones al cli											SUMA	
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10			Item 11	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9		Item 10
persona 1	2	3	2	3	2	4	5	5	4	2	2	34	persona 1	5	4	4	2	4	4	4	1	3	5	36
persona 2	2	3	2	3	2	4	5	5	4	3	2	34	persona 2	2	1	4	2	4	4	4	1	3	5	30
persona 3	2	3	2	3	2	4	5	5	4	3	2	35	persona 3	2	1	4	2	4	4	4	1	3	5	30
persona 4	2	3	2	3	2	2	5	5	4	3	2	33	persona 4	2	2	4	2	4	4	4	1	3	5	31
persona 5	2	3	2	3	2	2	4	3	4	3	2	30	persona 5	2	2	4	2	4	4	4	1	4	5	32
persona 6	2	3	2	3	2	2	4	3	4	2	2	29	persona 6	2	2	4	3	4	4	3	2	4	4	32
persona 7	2	1	1	3	2	2	4	3	4	2	2	25	persona 7	2	3	4	3	4	4	3	2	4	4	35
persona 8	2	1	1	3	2	2	4	3	1	2	2	23	persona 8	2	3	4	3	4	4	3	2	3	4	32
persona 9	2	1	1	3	2	2	4	1	1	2	2	21	persona 9	2	3	4	3	4	4	3	2	3	4	32
persona 10	2	1	1	3	2	2	4	1	1	2	2	21	persona 10	2	1	4	3	4	4	3	2	3	4	30
persona 11	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	20	persona 11	2	1	4	3	4	4	3	1	3	4	29
persona 12	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	20	persona 12	2	1	4	3	4	4	3	1	3	4	29
persona 13	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	20	persona 13	2	1	4	3	4	4	3	1	3	4	29
persona 14	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	20	persona 14	2	1	4	3	4	4	3	1	3	4	29
persona 15	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	20	persona 15	2	3	4	2	4	4	3	1	3	4	30
persona 16	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	22	persona 16	2	3	4	1	4	4	3	1	3	4	29
persona 17	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	22	persona 17	2	3	4	1	4	4	3	1	3	4	29
persona 18	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	22	persona 18	2	3	4	1	4	4	3	1	3	4	29
persona 19	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	22	persona 19	2	3	4	1	4	4	3	1	3	4	29
persona 20	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	22	persona 20	2	1	4	1	4	4	3	1	3	4	27
persona 21	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	22	persona 21	2	1	4	1	4	4	3	1	3	4	27
persona 22	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	22	persona 22	2	1	4	1	4	4	3	1	3	4	27
persona 23	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	22	persona 23	2	1	4	1	4	4	3	1	3	4	27
persona 24	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	22	persona 24	2	1	4	1	4	4	3	1	3	4	27
persona 25	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	22	persona 25	2	1	4	1	4	4	3	1	3	4	27
persona 26	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	22	persona 26	2	1	4	1	4	4	3	1	3	3	26
persona 27	2	1	1	3	2	2	1	1	1	2	2	19	persona 27	2	1	4	1	4	4	3	1	3	3	26
persona 28	2	1	1	3	2	2	1	1	1	2	2	19	persona 28	2	1	4	1	4	4	3	1	3	3	26
persona 29	2	1	1	2	2	2	1	1	1	3	2	19	persona 29	2	1	4	1	4	4	3	1	3	3	26
persona 30	2	1	1	2	2	2	1	1	1	3	2	19	persona 30	2	1	4	1	4	4	1	1	4	3	25
persona 31	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	17	persona 31	2	1	4	1	4	4	1	1	4	3	25
persona 32	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	17	persona 32	2	1	4	1	4	4	1	1	4	3	25
persona 33	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	16	persona 33	2	1	4	1	4	4	1	1	4	3	25
persona 34	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	16	persona 34	2	1	4	1	4	4	1	1	4	3	25
persona 35	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	17	persona 35	2	1	4	1	4	4	1	1	4	5	27
persona 36	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	17	persona 36	2	1	4	1	4	4	1	1	4	5	30
persona 37	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	16	persona 37	2	1	4	1	4	4	1	1	4	5	30
persona 38	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	16	persona 38	2	1	4	1	4	4	1	1	4	5	30
persona 39	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	16	persona 39	2	1	4	1	4	4	1	1	4	5	30
persona 40	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	16	persona 40	2	1	3	1	4	3	4	1	3	5	27
persona 41	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	17	persona 41	2	1	3	2	4	3	3	1	3	5	27
persona 42	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	1	18	persona 42	2	1	3	2	4	3	3	1	3	5	27
persona 43	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	1	18	persona 43	2	1	3	2	4	3	3	1	4	5	28
persona 44	1	3	1	2	1	4	2	2	2	2	1	21	persona 44	2	1	3	2	4	3	3	1	4	5	28
persona 45	1	3	1	2	1	4	2	2	2	2	1	21	persona 45	2	1	3	2	4	3	3	1	2	5	26
persona 46	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	1	18	persona 46	2	1	3	2	4	3	2	1	2	5	25
persona 47	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	1	18	persona 47	2	1	3	2	4	3	2	1	2	5	25
persona 48	1	1	1	2	2	1	3	2	2	2	1	19	persona 48	2	1	3	2	4	3	2	1	2	5	25
persona 49	1	1	1	2	2	1	3	2	2	2	1	19	persona 49	2	1	3	2	4	3	2	1	2	5	25
persona 50	1	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	19	persona 50	2	1	3	2	2	3	2	1	2	5	23
persona 51	1	1	1	2	2	3	3	2	2	2	1	21	persona 51	1	1	3	2	2	3	2	1	2	5	22
persona 52	1	3	2	2	3	3	2	2	2	2	1	23	persona 52	1	2	3	1	2	3	2	1	2	5	22
persona 53	1	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3	22	persona 53	1	2	3	1	2	3	2	1	2	5	22
persona 54	1	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3	24	persona 54	1	2	3	1	2	3	2	1	2	5	22
persona 55	1	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3	24	persona 55	1	2	3	1	2	3	2	1	2	5	22
persona 56	1	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3	24	persona 56	1	2	3	1	2	3	2	1	2	5	22
persona 57	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	3	23	persona 57	1	1	3	2	2	3	2	1	2	5	22
persona 58	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	3	23	persona 58	1	1	3	2	2	3	2	1	2	5	22
persona 59	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	3	23	persona 59	1	1	3	2	2	3	2	1	2	5	22
persona 60	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	3	23	persona 60	1	2	3	2	2	1	2	1	2	5	21
persona 61	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	3	23	persona 61	1	2	2	1	2	1	2	2	2	5	20
persona 62	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	3	23	persona 62	1	3	2	1	2	1	2	2	2	5	21
persona 63	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	4	24	persona 63	1	1	2	1	2	1	2	2	2	5	19
persona 64	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	4	24	persona 64	1	1	2	1	2	1	2	2	2	4	18
persona 65	1	3	2	1	3	3	2	2	2	3	4	26	persona 65	1	1	2	1	1	2	2	2	2	4	18
persona 66	1	3	2	1	3	3	2	2	2	3	5	27	persona 66	1	1	2	1	3	2	2	1	2	4	19
persona 67	1	3	2	1	3	3	2	2	5	3	5	30	persona 67	1	1	2	1	3	2	2	1	2	4	19
persona 68	1	3	2	1	3	3	2	2	5	2	5	29	persona 68	1	1	2	1	3	2	2	1	2	4	19
persona 69	1	3	2	1	3	3	2	2	5	2	5	29	persona 69	1	1	2	1	3	2	2	1	2	5	20
persona 70	1	3	2	1	3	3	2	2	5	2	5	29	persona 70	2	1	2	1	3	2	2	2	2	5	22
VARIANZAS	0.244838	0.37061	0.2436	0.61551	0.47837	0.60837	0.39102	0.39176	1.02061	0.19318	1.20616	VARIANZAS	0.34776	1	0.52837	0.50368	0.76245	0.82061	0.69408	0.13245	0.56102	0.49408		

GESTIÓN DE CALIDAD
I (Símbolo sumatoria)
α (Alfa): = 0.708544561
K (Número de ítems): = 11
Vi (Varianza de cada ítem): = 7.584285714
Ve (Varianza total): = 21.31204082

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Anexo 05. Formato de consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA "EL PAPIRRIQUI" RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023 que está dirigido por, MENDOZA CHEYÑA ALICE VICTORIA investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente de la empresa "El Papirriqui" rubro venta de pintura y planchado automotriz, Chimbote, 2023.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 05 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo china_aries_14@outlook.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Alejeas Acosta Diego Donvel

Fecha: 15/11/2023

Correo electrónico: DavidAlejesAcosta7@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

[Firma manuscrita] 72656307

Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de Información



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

CARTA s/n -2023-/ ULADECH CATÓLICA

A :SR. OSCAR RICARDO BANCES RIVERA
ATENCIÓN : AREA ADMINISTRATIVA
ASUNTO : AUTORIZACION PARA REALIZAR PROYECTO DE INVESTIGACION
FECHA : CHIMBOTE, OCTUBRE DEL 2023

PRESENTE. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresarle un cordial saludo e informarle que soy estudiante de la escuela profesional de administración de la universidad católica los ángeles de Chimbote.

El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme como,

Alice Victoria Mendoza Cheyña con código de estudiante 0111171137, de la carrera profesional de administración, quien solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado “GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA “EL PAPIRRIQUI” RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023”. Durante los meses de octubre, noviembre, diciembre y enero del presente año.

A la espera de su atención, hago propicia la ocasión para expresarle mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

Alice Victoria Mendoza Cheyña
DNI 72656307



CARTA DE PRESENTACION

SEÑOR:

DR. LLENQUE TUME FELIPE
DIRECTOR DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
ULADECH CATOLICA

ASUNTO: AUTORIZACION PARA REALIZAR INVESTIGACION

En grado dirigido a usted con el debido respeto para expresarle mi cordial saludo a nombre de la gerencia general de la empresa EL PAPIRRIQUI, del distrito de Chimbote, provincia de santa, región Áncash.

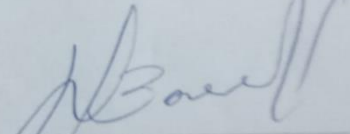
El motivo de la presente es para informarle sobre la autorización brindada a MENDOZA CHEYÑA ALICE VICTORIA, identificado con DNI: 72656307, con código de matrícula N° 0111171137, estudiante de la escuela profesional de administración de la universidad católica los ángeles de Chimbote, para realizar su investigación “GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA “EL PAPIRRIQUI” RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023”, en una empresa.

Declaración del representante

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano autorizando mi participación en el estudio.

OSCAR RICARDO BANCES RIVERA

Nombre del representante de la empresa
DNI 32732451



Firma del representante
de la empresa

Anexo 07. Evidencias de ejecución (bases de datos)

DECLARACION JURADA

Yo, Alice Victoria Mendoza Cheyña con DNI 72656307 y código de estudiante 0111171137 de la escuela profesional de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Declaro bajo juramento que:

Los datos presentados en los resultados del trabajo de Investigación son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Los resultados fueron obtenidos de la empresa El Papirriqui, quienes gerente (dueño de la empresa), trabajadores y clientes participaron de una encuesta en forma voluntaria, en el trabajo de investigación titulado: **GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA “EL PAPIRRIQUI” RUBRO VENTA DE PINTURA Y PLANCHADO AUTOMOTRIZ, CHIMBOTE, 2023.** Trabajo de investigación para obtener mi grado de licenciada en Administración.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del Trabajo de Investigación. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD como a terceros por el incumplimiento de lo declarado, sometiéndome a la normativa vigente de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Lugar y fecha: Chimbote, 20/12/2023



Alice Victoria Mendoza Cheyña
DNI 72656307

SOCIODEMOGRAFICAS																									
N.º de personas	Nombre y Apellidos	Fecha	Sexo	Grado de estudio	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
1	Jeremias Cheyña Coarita	10/10/2021	M	Secundaria	2	3	2	3	2	4	5	5	4	2	2	5	4	4	2	4	4	4	1	3	5
2	Cristhian Azabache Barrios	11/10/2021	M	Secundaria	2	3	2	3	2	4	5	5	4	2	2	1	4	2	4	4	4	4	1	3	5
3	Diego Alejos Acosta	12/10/2021	M	Secundaria	2	3	2	3	2	4	5	5	4	3	2	2	1	4	2	4	4	4	1	3	5
4	Santiago Pumaricie Garcia	13/10/2021	M	Superios Tecnico	2	3	2	3	2	2	5	5	4	3	2	2	2	4	2	4	4	4	1	3	5
5	Mirian Alejos Acosta	14/10/2021	F	Secundaria	2	3	2	3	2	2	4	3	4	3	2	2	2	4	2	4	4	4	1	4	5
6	Juan Corales Aguilar	15/10/2021	M	Secundaria	2	3	2	3	2	2	4	3	4	2	2	2	2	4	3	4	4	3	2	4	4
7	Rafael Montero Minaya	5/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	4	3	4	2	2	2	3	4	3	4	4	3	2	4	4
8	Nayeli Aguirre	6/10/2021	F	Secundaria	2	1	1	3	2	2	4	3	1	2	2	2	3	4	3	4	4	3	2	3	4
9	Ocaña Julca Alexander	7/10/2021	M	Superios Tecnico	2	1	1	3	2	2	4	1	1	2	2	2	3	4	3	4	4	3	2	3	4
10	Alexander Zapata Pinedo	8/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	4	1	1	2	2	2	1	4	3	4	4	3	2	3	4
11	Alfredo Trujillo Mamani	9/10/2021	M	Superios Tecnico	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	2	1	4	3	4	4	3	1	3	4
12	Anderson De la Cruz	10/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	2	1	4	3	4	4	3	1	3	4
13	Adriana Karen Sandoval	11/10/2021	F	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	2	1	4	3	4	4	3	1	3	4
14	Benja Manrique Perez	12/10/2021	M	Superios Universitari	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	2	1	4	3	4	4	3	1	3	4
15	Jesus Valle Benites	13/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	2	2	3	4	2	4	4	3	1	3	4
16	Jefer Perez Nuñez	14/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	3	2	2	2	1	4	1	4	4	3	1	3	4
17	Jhonathan Humani Sanchez	15/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	3	2	2	2	3	4	1	4	4	3	1	3	4
18	Herrera Robles	1/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	3	2	2	2	3	4	1	4	4	3	1	3	4
19	qhaira Aguirre	2/10/2021	F	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	3	2	2	2	3	4	1	4	4	3	1	3	4
20	Evelyn Estrada Perez	3/10/2021	F	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	3	2	2	2	1	4	1	4	4	3	1	3	4
21	Rafael Sarmiento de Soto	4/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	3	2	2	2	1	4	1	4	4	3	1	3	4
22	Erick Perez Rocio	5/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	3	2	2	2	1	4	1	4	4	3	1	3	4
23	Edwaer Inaparruirre	6/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	3	2	2	2	1	4	1	4	4	3	1	3	4
24	Jhonathan Chavez Rodriguez	7/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	3	2	2	2	1	4	1	4	4	3	1	3	4
25	Carlos Benites Rodriguez	8/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	3	2	2	2	1	4	1	4	4	3	1	3	4
26	Barack Delgado	9/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	3	1	3	2	2	2	1	4	1	4	4	3	1	3	3
27	Jersson Vizcarra	10/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	1	1	3	2	2	2	1	4	1	4	4	3	1	3	3
28	Jhon Salinas	11/10/2021	M	Secundaria	2	1	1	3	2	2	1	1	3	2	2	2	1	4	1	4	4	3	1	3	3
29	Nathaly Rosales	12/10/2021	F	Secundaria	2	1	1	3	2	2	1	1	3	2	2	2	1	4	1	4	4	3	1	3	3
30	Adriana Hidalgo	13/10/2021	F	Secundaria	2	1	1	3	2	2	1	1	3	2	2	2	1	4	1	4	4	1	1	4	3
31	Jose Velasquez	14/10/2021	M	Secundaria	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	4	1	4	4	1	1	4	3
32	Marlon Venegas	15/10/2021	M	Secundaria	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	4	1	4	4	1	1	4	3
33	Angela Rojas	16/10/2021	F	Secundaria	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	4	1	4	4	1	1	1	4	3
34	Arnold Gomez Ascano	20/09/2021	M	Secundaria	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	4	1	4	4	1	1	4	3
35	Bryan Bobadilla	21/09/2021	M	Secundaria	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	4	1	4	4	1	1	1	4	5
36	Carlos Garcia Perez	22/09/2021	M	Secundaria	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	4	1	4	4	4	1	4	5
37	Chris Nicho Puma	23/09/2021	M	Secundaria	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	4	1	4	4	4	4	1	4	5
38	Cristhian Maco	24/09/2021	M	Secundaria	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	4	1	4	4	4	1	4	5
39	Dafne Palacios Marmantillo	25/09/2021	F	Secundaria	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	4	1	4	4	4	1	4	5
40	Dani Salvador Salvador	26/09/2021	M	Secundaria	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	3	1	4	4	3	1	3	5
41	Eduard Blas Granados	27/09/2021	M	Secundaria	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	3	2	4	3	3	3	1	3	5
42	Edwin Salazar Peña	28/09/2021	M	Secundaria	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	3	2	4	3	3	1	3	5
43	Ereng Abanto	29/09/2021	F	Secundaria	1	3	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	3	2	4	3	3	3	1	4	5
44	Felipe Diego Leon Julca	30/09/2021	M	Secundaria	1	3	1	2	1	4	2	2	2	2	1	2	1	3	2	4	3	3	1	4	5
45	Heiner Jara Carrion	1/10/2021	M	Secundaria	1	3	1	2	1	4	2	2	2	2	2	1	3	2	4	3	3	3	1	2	5
46	Isa Davalos	2/10/2021	F	Secundaria	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	3	2	4	3	2	1	2	5
47	Ivan Eduardo Limachi	3/10/2021	M	Secundaria	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	3	2	4	3	2	1	2	5
48	Javier Viviano Palomino	4/10/2021	M	Secundaria	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	3	2	4	3	2	1	2	5
49	Masias Mon Jose	5/10/2021	M	Secundaria	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	3	2	4	3	2	1	2	5
50	Nilton Jair Cribillero Lifañ	6/10/2021	M	Secundaria	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	3	2	1	2	5
51	Omar Pardo Diaz	7/10/2021	M	Secundaria	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	3	2	3	2	2	1	2	5
52	Ricardo Mendoza	8/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	2	3	1	2	3	2	1	2	5
53	Rick Castillejo Vargas	9/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	2	1	1	2	3	1	2	3	2	1	2	5
54	Rogelio Cornejo Sodevilla	10/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3	1	2	3	1	2	3	2	1	2	5
55	Thiago Smith Sullon	1/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3	1	2	3	1	2	3	2	1	2	5
56	Andreson Berny	2/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3	1	2	3	1	2	3	2	1	2	5
57	Masimo Avelardo Mendoza A	3/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	2	1	3	1	1	3	2	3	2	1	2	5
58	Guillermo Alvarez calderon	4/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	3	1	1	3	2	2	3	2	1	2	5
59	Martin Otiniano Montañez	5/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	2	1	1	3	2	2	3	2	1	2	5	
60	Jose Luis Melon	6/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	3	1	1	3	2	2	3	2	1	2	5
61	Bayan Cassio Ramos	7/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	3	1	2	2	1	2	1	2	2	2	5
62	Alicia Cheyña	8/10/2021	F	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	3	1	3	2	1	2	1	2	2	2	5
63	Max Arteaga	9/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	4	1	1	2	1	2	1	2	2	2	5
64	Andre Herrera	10/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	1	4	1	1	2	1	2	1	2	2	2	4
65	Cesar Cordova	11/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3	4	1	1	2	1	2	2	2	2	4
66	Jose Perez Izaguirre	12/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	3	5	1	1	2	1	3	2	2	1	2	4
67	Jessica Martinez	13/10/2021	F	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	5	3	5	1	1	3	2	2	2	1	2	4
68	Aleander Morales Benites	14/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	5	2	5	1	1	2	1	3	2	2	1	4
69	Eduardo Burgos	1/10/2021	M	Secundaria	1	3	2	1	3	3	2	2	2	5	2	5	1	2	1	3	2	2	1	2	5

