



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

**GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE
DE LAS MYPE DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO DE
VENTAS REPUESTO PARA MOTOS EN LA AV. JORGE
CHAVEZ DE JULIACA AÑO 2019**

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

AUTOR

WILLIAM ORO PAREDES

ORCID: 0000-0002-2971-3341

ASESOR

CARI CONDORI, DIVAN YURI

ORCID: 0000-0002-0805-6629

JULIACA – PERÚ

2020

1.- TITULO DEL PROYECTO.

Gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector
servicio rubro venta de repuesto para motos en la ciudad de
Juliaca año 2019.

2.- TRABAJO EN EQUIPO

AUTOR

William Oro Paredes

ORCID: 0000-0002-2971-3341

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

ASESOR

Cari Condori, Divan Yuri

ORCID: 0000-0002-0805-6629

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

JURADO

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Lic. Victor Hugo Espinosa Otoyá

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Mgtr. Yan Carlo Quispe Quispe

ORCID: 0000-0001-9944-0687

FIRMA DEL JURADO EVALUADOR

.....
Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero

PRESIDENTA

.....
Mgtr. Víctor Hugo Espinosa Otoyá

MIEMBRO

.....
Mgtr. Yan Carlo Quispe Quispe

MIEMBRO

.....
Mgtr. Divan Yuri Cari Condori

ASESOR

4.- AGRADECIMIENTO.

Primeramente, agradezco, a dios padre todo poderoso por guiarme y bendecirme en los momentos difíciles y por darme ánimos sabiduría, para así poder terminar satisfactoriamente este mi trabajo de investigación. Y a mi amor de mi vida Miriam Apaza Ccori, con los alientos los apoyos incondicionales que siempre me ha brindado, A mis padres Cesar, y Nila, quienes me dieron su apoyo y cariño incondicional cuando más lo necesité, Al Ing. DIVAN YURI CARI. y a los docentes por la confianza y el apoyo que me dieron y a todos mis compañeros y amigos de una y u otra manera y fueron un apoyo fundamental en la elaboración de la presente tesis

DEDICATORIA.

Dedico presente trabajo de investigación, a nuestro dios padre todo poderoso que siempre me acompañado en momentos que necesité. en la realización de mi trabajo de investigación, y al amor de mi vida, que siempre me motivado, que pueda concluir mi tesis de investigación, y a mis padres quienes me dieron la vida , educación, motivación.

5.- RESUMEN.

El trabajo de investigación tiene como objetivo general, es identificar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las MYPE, del sector servicio rubro de venta de repuesto para motos, en la Av. Jorge Chaves de la ciudad de Juliaca del año 2019, el trabajo de diseño no experimental, transversal, descriptivo para el recojo de información se escogió una muestra de 10 MYPE y población de 10 MYPE, se entregó un cuestionario de 17 interrogaciones, obteniendo los siguientes resultados: El 70% siempre se enfocan al servicio de calidad para lograr su objetivo en la gestión de la calidad. El 70% siempre realiza actividades de monitoreo. El 80% su personal que labora siempre recibe entrenamiento de capacitación en gestión de calidad. El 50 % de personal está muy bueno entrenado para su atención rápida en la atención al cliente. El 70% lo tienen la infraestructura muy buena en la limpieza para su atención al cliente. La conclusión de esta investigación se define que las MYPE consideran que capacitar al personal es necesario para satisfacer necesidades del cliente, y falta conocer muchas técnicas a los MYPE en gestión de calidad en mejora de atención al cliente.

Palabras clave: Gestión de calidad, Atención al cliente, MYPE.

ABSTRACT

The research had as its general objective, is to identify, the main characteristics of quality management in customer service, micro and small companies in the service sector, item sale of spare parts for motorcycles on Av. Jorge Chávez de Juliaca year 2019 The research was of a non-experimental - transversal, descriptive design, for the collection of information, a directed sample of 10 MYPE was chosen from a population of 10 MYPE, to whom a questionnaire of 17 questions was applied, obtaining the following results: 70% always focus on quality service to achieve their objective in quality management. 70% always carry out monitoring activities. 80% of its working personnel always receive training in quality management training. 50% of personnel are very well trained for their prompt attention in customer service. 70% have very good cleaning infrastructure for their customer service. The conclusion of this research defines that MYPE consider that training personnel is necessary to satisfy customer needs, and it is necessary to know many techniques to MYPE in quality management in improving customer service.

Key words: Quality management, Customer service, MYPE.

CONTENIDO

1.- TITULO DEL PROYECTO.	i
2.- TRABAJO EN EQUIPO.....	iii
3.-JURADO EVALUADOR.....	¡Error! Marcador no definido.
4.- AGRADECIMIENTO.	v
DEDICATORIA.....	vi
5.- RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
6.- CONTENIDO	ix
7.- INDICE DE TABLA Y GRAFICO.	xi
I.- INTRODUCCION.....	1
II.- REVISION DE LITERATURA.....	6
2.1 - Antecedentes.	6
2.2- Bases Teoricas de la Investigacion.	13
2.2.1- Gestión de Calidad.	13
2.2.2 Atencion al Cliente.....	17
2.3 Marco Conceptual.	19
2.3.1 – Gestion.....	19
2.3.2- Calidad.	19
2.3.3Atención al cliente.....	19
2.3.4- Ley 30056.	20
III HIPOTESIS.....	21
IV.- METODOLOGIA	22
4.1 Diseño de investigación.....	22
4.1.1-Tipo de Investigación: cuantitativo.....	22

4.1.2-Nivel de la investigación: Descriptivo.	22
4.1.3 Diseño de la Investigación Transversal y no Experimental.	22
4.1.3.1- Transversal.	22
4.1.3.2- No experimental.	22
4.2.- Población y Muestra.	22
4.2.1. Población.	22
4.2.2- Muestra.	23
4.3.- Definición y operacionalización de variable.	24
4.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	25
4.5.- Plan de análisis.	25
4.6.- Matriz de consistencia.	26
4.7- Principios éticos.	27
V.- RESULTADO.	30
5.1 Resultados.	30
5.2.- ANALISIS DE RESULTDOS.	47
5.2.1 - Referente al gestión de calidad.	47
5.2.2 - Referente al atención al cliente.	48
VI.- CONCLUSION.	49
Recomendación.	49
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.	50
ANEXOS.	¡Error! Marcador no definido.

7.- INDICE DE TABLA Y GRAFICO.

Tabla 1	xxx
Tabla 2	xxxii
Tabla 3	xxxiii
Tabla 4	33
Tabla 5	xxxiv
Tabla 6	xxxv
Tabla 7	xxxvi
Tabla 8	37
Tabla 9	xxxviii
Tabla 10	xxxix
Tabla 11	xl
Tabla 12	xli
Tabla 13	xlii
Tabla 14	43
Tabla 15	xliv
Tabla 16	xlvi
Tabla 17	xlvi

I.- INTRODUCCION.

Al realizar el presente trabajo de investigación, es importante conocer la gestión de calidad al atención al cliente en las MYPE sector servicio rubro venta de repuesto para motos en el Av. Jorge Chaves de la ciudad de Juliaca 2019, se trabaja que la gestión de calidad en atención al cliente, son herramientas de dirección para mejoras futuras, existe la demanda, en todo los países en el rubro de repuesto para motos y una gran cantidad de motos y motores menores que se fabrican de muchos años atrás. Los países desarrollados de la misma se requiere satisfacer las necesidades con repuesto.

(Yáñez, 2018) “La ISO 9001 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad y que se centra en todo los elementos de administración de calidad con los que la empresa debe de contar para tener un sistema efecto, que le permite administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios los clientes se inclinan por los proveedores que cuentan con esta acreditación porque de este modo aseguran de que la empresa seleccionada disponga de un buen sistema de gestión de calidad esta acreditación demuestra que la organización está reconocida por más de 640.000 empresas en el mundo.”

Hay una gran cantidad de MYPE en diferentes países que ayudan a generar más empleo a los países y es importante, apoyar a la MYPE para que apliquen sus procesos de gestión de calidad en la atención al cliente, y es la parte fundamental que las MYPE dirijan, y llegen a sus metas planificadas, de la misma necesitan tener una adecuada aplicación de herramientas o técnicas administrativas y tener conocimientos de gestión empresarial para la toma de decisiones y buscar el mejor desarrollo y tomando en cuenta la calidad de atención.

“La Gestión de la Calidad se ha convertido actualmente en la condición necesaria para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa. El aumento

incesante del nivel de exigencia del consumidor, junto a la explosión de competencia procedente de nuevos países con ventajas comparativas en costes y la creciente complejidad de productos, procesos, sistemas y organizaciones, son algunas de las causas que hacen de la calidad un factor determinante” (Camisón & Cruz, n.d.)

“El Estado promueve el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de programas para la adopción de sistemas de calidad, implementación y certificación en normas asociadas a la gestión de calidad de un producto o servicio, para el cumplimiento de estándares nacionales e internacionales en el desarrollo de sus proyectos empresariales, mediante el cofinanciamiento de actividades para la creación, desarrollo y consolidación de emprendimientos dinámicos y de alto impacto, los cuales deben tener un enfoque que los oriente hacia el desarrollo nacional, la internacionalización”(Presidente, 2013)

Las MYPE son de suma importancia para el país, pero a pesar de su importancia, la ley da facilidades para tener, crecimiento y desarrollo en el ámbito empresarial. específicamente en la parte urbano, donde la competencia es demasiado agresiva, debido a que los clientes se vuelven más exigentes y selectivos a la hora de recibir un producto o servicio que satisfaga sus necesidades, están más informados, tienen mayores criterios de elección, lo que conlleva a que las micro y pequeñas empresas busquen mantener una diferencia en la gestión de calidad de sus servicios para que el consumidor no opte por recurrir a otros establecimientos donde le ofrezcan una atención de calidad mejor a la que ellos brindan.

Es por ello, que las MYPE deben aplicar una adecuada gestión de calidad en la atención en la ciudad de Juliaca rubro venta de repuesto para motos el servicio que ofrecen, que permitirá cumplir con satisfacer sus necesidades al cliente con las exigencias del

consumidor, obtener su fidelidad, prestigio y así lograr posicionarse y tener éxito en sus negocios, y para dar a conocer la información precisa.

El problema es que los emprendedores no se preocupan por mejorar sus procesos, no aplican una buena gestión de calidad en la atención al cliente, ni buscan estrategias adecuadas para implementarlo en sus negocios; debido a ello no logran sobrevivir en el mercado, y esto se ve reflejado en el rubro de tiendas de repuesto de motos en la ciudad de Juliaca.

Las MYPE presentan entre sus principales problemas la falta de gestión de calidad en la atención al cliente, además que no apuestan por brindar un servicio de calidad, la necesidad es grande. Existe gran cantidad de motos y buscan cubrir sus problemas y las tiendas dan solución de alivio a la necesidad, cual los consumidores se vuelven más exigentes y selectivos, que satisfaga sus necesidades, están más informados, tienen mayores criterios de elección.

Gracias a la economía que vivimos es posible acceder con mayor facilidad a objetos que antes no eran posible. El negocio de los repuestos para motocicletas ha sido visto desde varios enfoques, también están las tiendas de neumáticos que han proliferado en gran magnitud y la aparición del servicio post venta.

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente, de las MYPE el sector servicio, rubro venta de repuesto para motos en la Av. Jorge Chávez de Juliaca año 2019?

Identificar, las principales características gestión de calidad en la atención al cliente, del micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro venta de repuesto para motos en la Av. Jorge Chávez de Juliaca año 2019.

Describir, las principales características de la gestión de calidad de las MYPE del sector servicio, rubro venta de repuesto para motos de la Av. Jorge Chaves de Juliaca año 2019.

Detallar, las principales características de la atención al cliente, de las MYPE del sector servicio, rubro venta de repuesto para motos en la Av. Jorge Chávez de Juliaca año 2019.

Se justifica la presente investigación, porque se desarrolló emplear los procesos de la gestión de calidad en la MYPE de las tiendas de repuesto para motos, lo cual es tener conocimientos teóricos que busca determinar las variables de la investigación de la gestión de calidad y la atención al cliente, en las necesidades del cliente, para lograr la calidad de gestión, atención y la satisfacción al cliente, y buscar la mejora continua de la MYPE en el mercado, logrando fidelizar a sus clientes.

El presente trabajo de estudio se ha desarrollado la metodología, de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, transversal y no experimental con una población de 10 MYPE, como referencias bibliográficas de publicación, libros, revistas científicas y tesis actualizadas de las cuales se obtuvo teorías, definiciones, normas legales y conceptos.

Debe de ser con facilidad y medible para mejorar la gestión de calidad en atención al cliente, rubro venta de repuesto de motos además se debe de esperar del presente estudio al futuro, como fuente de información para los interesados en estudiar las presente variables.

Se utilizó y se emplea el método científico, del presente estudio además para la medición de las variables se elaboró un instrumento el cual es el cuestionario y de la misma su ejecución y procesamiento, y se presenta tablas y figuras para su comprensión, así como una adecuada interpretación y análisis de cada uno.

Transmito conocer y tener ampliamente la información de gestión de calidad que son los procesos mecanismo o herramientas que se necesitan para trabajar en estos tiempos competitivos de los MYPE porque la calidad es satisfacer al cliente es lo que buscan los clientes y tener buena atención. Y empleen en sus empresas, es la parte esencial, para mejorar la calidad en la atención al cliente esto busca satisfacer las necesidades del cliente o consumidor y trae grandes logros en su plan estratégico.

II.- REVISION DE LITERATURA.

2.1 - Antecedentes.

(Camisón & Cruz, n.d.) “La Gestión de la Calidad se ha convertido actualmente en la condición necesaria para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa. El aumento incesante del nivel de exigencia del consumidor, junto a la explosión de competencia procedente de nuevos países con ventajas comparativas en costes y la creciente complejidad de productos, procesos, sistemas y organizaciones, son algunas de las causas que hacen de la calidad un factor determinante para la competitividad y la supervivencia de la empresa moderna. La literatura en este campo, apoyada en una amplia evidencia empírica, concluye que la competitividad empresarial, en un entorno turbulento como el actual, exige una orientación prioritaria hacia la mejora de la calidad. El fundamento de esta prescripción teórica es la existencia de una relación positiva entre la Gestión de la Calidad y los resultados organizativos. La abundante literatura existente reposa en una hipótesis explícita: la implantación de sistemas de gestión y mejora de la calidad permite alcanzar posiciones de mercado, competitivas y financieras más fuertes. Simultáneamente, el proceso de difusión ha revelado una fructífera aproximación de la Gestión de la Calidad al resto de funciones empresariales y directivas, que se ha plasmado en la integración de sistemas de gestión varios (que incluyen desde la Gestión de la Calidad a la gestión de la prevención de riesgos laborales, la gestión de los recursos humanos, la gestión ética y la gestión medioambiental) y en la convergencia de la Gestión de la Calidad con la Dirección Estratégica.”

(MACHADO ERAZO, 2014) “La presente tesis de grado Plan de Mejoramiento para la Atención al Cliente Interno y Externo de la Facultad de Mecánica de la ESPOCH, se realizó con la finalidad de conocer la calidad del servicio que se presta a los usuarios en

cada una de las dependencias de esta Unidad Académica. Con la aplicación de una metodología de investigación adecuada, métodos y técnicas que permitieron establecer parámetros de medición del servicio, conocer las causas y efectos de los problemas originados por la falta de empoderamiento de los servidores y proponer estrategias para mejorar el vínculo entre los funcionarios y sus usuarios. La propuesta planteada está orientada a mejorar la imagen y cubrir las necesidades de los clientes de la Facultad de Mecánica de la ESPOCH, con la aplicación de teorías, definiciones y términos que permitieron plantear soluciones al problema de servicio al cliente detectado en la Facultad de Mecánica durante el año 2013, para fomentar en el personal el sentido de pertinencia y su espíritu de pertenencia Institucional, a través de la entrega de un servicio adecuado de atención al cliente que permita satisfacer sus requerimientos. Con lo señalado en la presente tesis y la aplicación de un Plan de Mejoramiento para la atención al cliente interno y externo de la Facultad de Mecánica permitirá brindar un servicio de calidad.”

(PEREZ YAJAHUANCA, 2019) “La reciente investigación tuvo como objetivo principal determinar la gestión de proveedores para optimizar la importación de motocicletas del mercado chino en la empresa Lima Motor S.R.L, del departamento de Lambayeque. La investigación presentó un diseño descriptivo propositivo de tal manera que se empleó a modo de técnica la entrevista dirigida al gerente de la empresa y a especialistas conocedores del tema, además un análisis documental mediante el cual se analizó la variable de importación, ello permitió concluir que la gestión actual de proveedores se viene realizando inadecuadamente, presentando como problemas más notorios, los dos únicos proveedores en lista de los cuales sólo se emplearon los servicios de una empresa que en esta caso es Chongqing Liyang Jlayu Motorcycle Co.,Ltd el cual en la actualidad no está abasteciendo de motocicletas a la empresa debido

a que no cumplía de manera óptima con los pedidos. Por lo que se hace notoria la ineficiente gestión, ya que al perder al proveedor la cantidad de motocicletas importadas se han paralizado, por lo que estos manejos han conllevado al estancamiento de la importación de motocicletas y por ende a la comercialización de las mismas, siendo necesario una propuesta basada en estrategias concisas reforzadas por entrevistas a los especialistas con amplia experiencia en el tema investigado. Todo ello permitió determinar estrategias dirigidas a la búsqueda, criterios de selección, registro y evaluación de los proveedores los cuales permitirán el desarrollo y la optimización en las negociaciones con futuros proveedores de la empresa estudiada”

(Benitez Rondon, 2016) “AKT motos es una empresa colombiana, el cual en la ciudad de Tuluá está obteniendo un posicionamiento y crecimiento elevado en sus ventas. El desconocimiento que tiene la empresa AKT motos en la ciudad de Tuluá por el nivel de servicio al cliente ofrecido por sus funcionarios, motiva para investigar y encontrar más a fondo problemáticas y situaciones incómodas de los clientes y así buscar un proceso de mejora continua, que beneficiara principalmente el posicionamiento de la marca en la ciudad. Es así como evocamos la normatividad vigente para poder realizar los ajustes pertinentes a la hora de subsanar garantías para con los clientes, es como esta investigación entregara algunas herramientas que ayuden directamente a la empresa a tener un flujo de información más veraz acorde a esta normatividad que la rige como empresa.”

“(Arrascue Delgado Jesús Elizabeth. & Segura Cardozo Edgar Benjamín., 2016)

“La presente investigación titulada GESTION DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA CLINICA DE FERTILIDAD DEL NORTE CLINIFER” CHICLAYO-2015, tiene como objetivo Determinar la influencia que existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad

del norte CLINIFER Para ello, se realizó una investigación cuyo diseño fue no experimental cuantitativa descriptiva correlacional, cuya población y muestra es de 9 trabajadores y población y muestra finita de 32 clientes, utilizando como técnica la encuesta y como instrumento de investigación, un cuestionario estructurado de 26 preguntas con opción única y de calificación que miden los indicadores y las variables tanto independiente como dependiente, validado por especialistas. Luego de realizado el estudio, se comprobó la hipótesis planteada que determinó que la gestión de calidad influye de manera significativa en la satisfacción del cliente en la clínica de Fertilidad del Norte, CLINIFER – Chiclayo”

“Esta investigación, sobre el tema “Diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la metodología de la norma internacional ISO 9001:2008 a una empresa manufacturera”, fue realizada basada en el siguiente esquema.

(VERA ALCIVAR, 2014) “Diagnóstico Inicial de la Empresa.- Se realizó un análisis de la situación de la empresa antes de la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad, este análisis fue la comparación de los requisitos de la Norma Internacional ISO 9001:2008, es decir, comprobar cuál fue el porcentaje de cumplimiento según la norma de calidad.

Levantamiento de la información.- Para obtener información adecuada, precisa y veraz fue necesario realizar reuniones periódicas con los representantes o dueños de cada proceso en la organización, estas reuniones consistían en conversaciones explicativas del proceso, se generaban preguntas, se contestaban las interrogantes y se elaboraba un procedimiento documentado, donde se plasmaba la actividad de cada procesos con sus entradas, salidas, controles y sus recursos”

(ANTHONY JESUS MANRIQUE ESLAVA, 2018)“El objetivo de esta investigación fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo

Servperf en las micros y pequeñas empresas del sector servicios-rubro venta, mantenimiento y reparación de motocicletas en el distrito de Huaraz. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva – cuantitativa y un diseño transeccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 297 clientes (6 talleres mecánico de motos), de los cuales se decidió trabajar con el 100% de la población por ser un número reducido, a quienes se les aplico un cuestionario de 21 preguntas cerradas por medio de la encuesta; de los cuales se obtuvo los siguientes resultados: El 53,9% de los clientes encuestados, manifiestan en estar ni acuerdo respecto las instalaciones físicas de la empresa que no son visualmente atractivas, el 43,8% manifiestan que están de acuerdo con el personal de la empresa mecánica estén dispuesto a ayudar siempre, el 52,2% manifestaron estar de acuerdo en cuanto a la disponibilidad del personal de la empresa mecánica estén dispuestos a escuchar y el 46,1% consideran el cumplimiento de los horarios accesibles de trabajo del personal los clientes. Finalmente como conclusión: Se percibe que existe una deficiencia sobre gestión de calidad de servicio, ya que los clientes de los talleres mecánica de motos reflexionan que no hay un interés sincero por parte de la empresa mecánica para mejorar la calidad en los servicios brindados”

(GAMA, 2018) “La realización de esta tesis fue para determinar la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, Venta de Repuestos para Motocicletas, distrito de Yarinacocha, año 2018. La metodología de investigación se caracterizó por ser del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. En el trabajo de campo se realizó una encuesta donde se aplicó un cuestionario estructurado de 19 preguntas obteniendo los siguientes resultados: del microempresario en su mayoría representa el rango “de 29 a 39 años” 57,1%; gerenciados por emprendedores de sexo masculino 71,4%; la mayoría

también sin estudios concluidos 57,1%. De la empresa: las mypes de venta de repuestos para motocicletas, tiene presencia en el mercado de “4 a 6 años” (57,1%) y cuentan de 1 a 4 colaboradores; el 71,4% no conoce la práctica de gestión de calidad; asimismo carece de visión, misión y valores y no hace uso de las herramientas para monitorear la gestión; tampoco se interesa por conocer las necesidades futuras de sus clientes. Respecto a Atención del Cliente: las mypes no realizaron inversión alguna para mejorar el servicio (57,1%) pero su gerencia si se involucra en la mejora de atención al cliente; por la naturaleza del negocio si existe un servicio de post venta. Las mypes del rubro reconocen que una buena atención, representa nuevos clientes (85,7%). Finalmente, los microempresarios del sector comercial, venta de repuestos para motocicletas no realizan de medición para satisfacción del cliente (71,4%)”

(MORALES ZUBIATE, 2016) “El presente estudio cuantitativo de diseño no experimental describe las principales características de formalización y gestión de calidad de las Mypes del sector comercio, rubro venta de repuesto para vehículos menores en el distrito de San Juan Bautista, año 2016. Mediante la técnica de encuesta se aplicó un cuestionario estructurado de 30 preguntas cerradas a una muestra de 10 Mypes obteniendo los siguientes resultados: el 60% no son formales; el 60% se benefician con acceso a créditos financieros; el 80% recibieron asesoría por parte de las empresas proveedoras; el 90% indica que aumentan los costos laborales; el 80% de trabajadores no está en planilla; el 80% está constituidas como personas naturales; el 80% no están afiliadas a ninguna asociación; el 60% respondieron tener licencia de funcionamiento pero el local es arrendado; el 50% están acreditados en el REMYPE; el 50% de Mypes son administrados por adultos entre 45 a 64 años; el 80% son de sexo masculino; 67% mecánicos de profesión; en el rubro entre 1 a 5 años (40%) y 6 a 10 años (40%); trabajan con recursos propios el 80%, ocupan de 1 a 5 personas (80%). Con

respecto a gestión de calidad, se concluye: 100 % conocen las técnicas de gestión empresarial; desarrollaron área de logística; el 80% capacita al personal; el 80% actualiza sus modelos de servicios; 80% evalúa el nivel de satisfacción del cliente; el 60% si usa las TIC; el 50% considera que aplicar gestión de calidad es ventajoso.”

(SEBASTIAN, 2019) “El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector comercio - rubro venta de repuestos de vehículos mayores, en la urbanización Las Flores 78, distrito de San Juan de Lurigancho, Lima 2018. Del mismo modo, la investigación fue de tipo cualitativa, no experimental, descriptiva y transversal. Para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 10 tiendas de venta de repuestos de vehículos mayores, a quienes se les aplicó un cuestionario de 30 preguntas relacionadas a las variables de investigación. Los resultados obtenidos fueron: Referente a las características de los representantes: 55.6% tienen más de 41 años de edad. 100.0% son de género masculino. 100.0% son dueños de la empresa. Características de las MYPE: 80.0% tienen entre 6 a 10 años. 100.0% tienen entre 1 a 5 trabajadores. Sobre la gestión de calidad: 100.0% de las empresas perciben que tienen un nivel alto en la gestión de calidad. 70.0% a veces fija objetivos de calidad. 60.0% casi siempre elaboran el servicio de acuerdo a las necesidades del cliente. 100.0% realiza acciones para erradicar las diferencias entre lo real y los objetivos. 70.0% cuenta con una infraestructura para asegurar la mejora de la calidad del servicio. 100.0% a veces motivan a los empleados a realizar acciones de mejora del servicio. Sobre la formalización: 100.0% de las empresas tienen un nivel alto de formalización.”

(LOPEZ RONDOY, 2019) “La presente investigación ha tenido como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en los hospedajes en el distrito de Sullana año 2019; el cual responde a la siguiente

pregunta ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en los hospedajes en el distrito de Sullana año 2019? La investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta, conformado por 20 preguntas cerradas, la población en la variable gestión de calidad es finita y se obtuvo 10 microempresarios, para la variable atención al cliente es infinita y se obtuvo 121 clientes. Esta investigación tiene los siguientes resultados el 50% respondió que casi siempre sus planes contribuyen a la mejora de la calidad en el hospedaje, el 70% respondió que casi siempre participa en programas de capacitación para la mejora de la calidad, el 60% respondió que a veces los empleados están al pendiente de los requerimientos de los clientes, el 62.81% respondió que casi siempre confían en la integridad del personal del hospedaje, el 58.68% respondió que casi siempre el personal le brinda una atención rápida, el 58.66% respondió que casi siempre les resulta fácil de entender la información brindada en redes sociales. Se concluyó que se identificó que los empresarios aplican los procesos de gestión de calidad y la atención al cliente se está desarrollando adecuadamente.”

2.2- Bases Teóricas de la Investigación.

2.2.1- Gestión de Calidad.

(Deming edward, 1986) “Conjunto de actividades de la función general de la dirección que determina la política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades, y se implanta por medios tales como:

- Planificación de la calidad

- Control de la calidad

- Aseguramiento de la calidad

- Mejora de la calidad

La Calidad total es una estrategia que busca garantizar, a largo plazo, la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de una organización optimizando su competitividad, mediante: el aseguramiento permanente de la satisfacción de los clientes y la eliminación de todo tipo de desperdicios.”

(Yáñez, 2018) “La ISO 9001 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. Los clientes se inclinan por los proveedores que cuentan con esta acreditación porque de este modo se aseguran de que la empresa seleccionada disponga de un buen sistema de gestión de calidad (SGC). Esta acreditación demuestra que la organización está reconocida por más de 640.000 empresas en todo el mundo.”

(Guerrero-chanduví, 2015) “Es el proceso por el cual se identifican los requisitos de calidad y/o normas para el proyecto y el producto, documentando la manera en que el proyecto demostrará el cumplimiento con los mismos. En forma paralela a los demás procesos de planificación del proyecto. Por ejemplo; los cambios propuestos en el producto para cumplir con las normas de calidad identificadas que requieran ajustes en el costo, el cronograma, análisis de los riesgos de impacto en los planes. Se debe considerar que, si bien los planes de calidad tienen un efecto positivo en la calidad del producto del proyecto, hay costo y tiempos que invertir para ello, por lo que la planificación de la calidad debe estar integrado con el cronograma y el presupuesto del proyecto, así como deberá realizarse un análisis detallado de los riesgos de impacto en los planes”

(Cabezón Gutiérrez, 2014) “El control de calidad como proceso moderno, conlleva la participación activa de todos los trabajadores de una empresa en la mejora del desarrollo, diseño y fabricación del producto.

Dichos procesos consisten en la implantación de programas, mecanismos, herramientas y/o técnicas en la empresa para la mejora en la calidad de sus productos.

La toma de decisiones en este ámbito se basa en el método científico, más concretamente en la Estadística, utilizada para la planificación de recogida y análisis de datos.

Este trabajo estudia: Aspectos generales de la calidad, fundamentos estadísticos del control de calidad, herramientas y técnicas de control del proceso para atributos y para variables, capacidad de procesos, muestreo y sus planes.”

(Emilio Rodríguez et al., 2014) “Esta investigación analiza la relación entre los sistemas de aseguramiento de la calidad de las universidades y el servicio entregado por éstas. Para este efecto se desarrolla un marco conceptual que vincula ambas variables, y posteriormente se analiza la pertinencia de la hipótesis planteada trabajando con una muestra de veinte universidades privadas que han participado de procesos de acreditación institucional.

Los resultados muestran que el sistema de aseguramiento de la calidad, medido por los años de acreditación, tiene una capacidad explicativa del 41,5% de la calidad del servicio en las universidades analizadas.

Por lo tanto, se concluye que los procesos de aseguramiento de la calidad de las instituciones de educación terciaria son un elemento constitutivo y determinante de la calidad del servicio de estas instituciones.

En este sentido, el aseguramiento de la calidad es visto como un proceso que traslapa la planificación estratégica de las instituciones, pues es una actividad de gestión donde la

alta calidad puede ser esperada. De esta forma, el sistema de aseguramiento de la calidad puede ser descrito usando el concepto de mapa de calidad, el cual es una representación visual de cómo el entorno es incorporado en una planificación estratégica.”

(ROSAS D, 2014) “Es una práctica de Calidad ideada en Japón referida al “Mantenimiento Integral” de la empresa, no sólo de maquinaria, equipo e infraestructura sino del mantenimiento del entorno de trabajo por parte de todos. ¿Por qué las 5 S? Es una técnica que se aplica en todo el mundo con excelentes resultados por su sencillez y efectividad. Su aplicación mejora los niveles de:”

1. Calidad.
2. Eliminación de Tiempos Muertos.
3. Reducción de Costos.

LA MEJORA CONTINUA SE HACE UNA TAREA DE TODOS.

Conseguimos una MAYOR PRODUCTIVIDAD que se traduce en:

1. Menos productos defectuosos.
2. Menos averías.
3. Menor nivel de existencias o inventarios
4. Menos accidentes.
5. Menos movimientos y traslados inútiles.
6. Menor tiempo para el cambio de herramientas.

Lograr un mejor lugar de trabajo para todos, puesto que conseguimos:

1. Más espacio.
2. Orgullo del lugar en el que se trabaja.
3. Mejor imagen ante nuestros clientes.
4. Mayor cooperación y trabajo en equipo.
5. Mayor compromiso y responsabilidad en las tareas.

6. Mayor conocimiento del puesto”.

2.2.2 Atención al Cliente.

(**Tschohl, n.d.**) “La mayoría de las empresas no comprenden que el servicio al cliente es realmente una acción de ventas, dice N. Powell Taylor, quien fuera recientemente director de servicios al consumidor y operaciones telefónicas del centro de información de General Electric (GE) situado en Louisville, Kentucky. Servicio es “vender” puesto que estimula a los clientes a regresar a la empresa con mayor frecuencia y a comprar más. De acuerdo con un estudio realizado por American Management Association, las compras realizadas por clientes leales, quienes recurren una y otra vez a una organización porque están satisfechos con los servicios recibidos”

(**Najul Godoy, 2011**) “Se denomina factores al atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones, con orientación a los factores al atención al cliente para satisfacer las necesidades de sus clientes, y puede medir con trabajadores producto y servicio son los que están asociados con la "Fiabilidad", "Seguridad", "Respuesta a errores en la prestación del servicio" , "Acogida" e "Integridad" . Por otro lado, la "Rapidez" y ser competitiva en la atención al cliente, el cliente es el protagonista principal y el factor más importante en el juego de los negocios. Si examinamos los enfoques modernos que se dan en las diferentes organizaciones, podemos apreciar que para tener éxito en la atención al cliente, existen varios elementos que la empresa debe tener muy en cuenta, como son el liderazgo, eficiencia en sus operaciones, capital humano, cultura organizacional y esta última debe estar bien definida para que sus integrantes este claros de la misión y visión de la empresa, de esta forma los trabajadores al sentirse identificados y parte de la misma, estarán motivados a realizar sus actividades, con calidad y esto influye positivamente en la atención a sus clientes, tanto los internos como externos. Para Betancourt (2010:88) “El Enfoque Sistemático de

Empresas (ESE), es el modelo que nos permite analizar el posicionamiento de una empresa en un determinado entorno y establecer las bases para la elaboración de su plan estratégico. Adicionalmente sirve para comprender el papel de los procesos y del capital humano en la eficacia, eficiencia y efectividad de la misma, y la importancia de la cultural organizacional en el funcionamiento de la empresa”. De allí que, los aspectos más importantes para lograr competitividad, es identificar las posibles fallas en el sistema de atención al cliente, mejorar continuamente los procesos y controlar su ejecución de la manera más eficiente posible, además de evaluar la capacidad de su capital humano. Un plan estratégico de capital humano bien diseñado tendrá como resultados una excelente atención al cliente, con miras al logro del objetivo corporativo. En este orden de ideas las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su sector, según el entorno económico, social y político del país y a las necesidades crecientes de los clientes. Para ello, el capital humano que está en contacto directo con el cliente debe tener la formación y capacitación adecuada para tomar decisiones y satisfacer las necesidades de los clientes. Está comprobado que más del 20% de las personas que desisten de comprar un producto o servicio, lo hacen debido a fallas de información o de la atención no adecuada cuando se interrelacionan con el capital humano encargado de atender y motivar”

(LÓPEZ, 2015) “Desarrollar las capacidades del personal que se encuentra en el área de atención al cliente es considerado una inversión que se requiere para lograr los objetivos que se plantea una empresa competitiva. La capacitación es el componente que se necesita para desenvolver las cualidades del personal. La presente investigación tiene como objetivo general establecer la relación de la capacitación con la calidad del servicio al cliente en los restaurantes Salón el Tecun y Pasaje Mediterráneo de la zona 1 de Quetzaltenango. Los sujetos de estudio, son el personal de servicio al cliente, gerentes

y clientes de los restaurantes muestreados, quienes proporcionan la información requerida a través de las respuestas en una escala de Likert y una encuesta. Dentro de los resultados del estudio se llegó a la conclusión de que los clientes se encuentran satisfechos por el servicio que les han brindado en ambos restaurantes. Sin embargo, la mayoría de meseros no ha recibido capacitación alguna en relación al tema. Se deduce que los colaboradores se encuentran satisfechos con sus jefes por lo que están contentos en su trabajo.”

2.3 Marco Conceptual.

2.3.1 – Gestion.

(Nápoles Rojas et al., 2014) “Por lo que el desarrollo de un procedimiento para documentar un sistema de gestión de la calidad, que reúna un conjunto de técnicas y herramientas que faciliten la comprensión y realización de sus pasos, es la propuesta que también ha sido el modelo más entendido por las organizaciones y reconocido como el primer paso en demostrar la capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.”

2.3.2- Calidad.

(Peresson, 2014) “ La calidad final de un producto o servicio, tal como se suministra a un cliente, se deriva o depende totalmente de la “calidad interna” con la que se generó. Esto significa que la calidad se construye a través de todos los pasos que intervienen en la prestación del servicio. Cuando entre las metas de una organización esta el garantizar la calidad de sus productos o servicios, se debe asegurar el trabajo y el compromiso del personal para lograr la calidad interna, la cual se traduce en la máxima eficiencia y efectividad en todas las actividades internas. Cada persona al hacer su trabajo funciona o se desempeña a la vez como cliente y proveedor.”

2.3.3Atención al cliente.

(Rojas Chasnamote, 2018) “La atención al cliente en la actualidad se ha convertido en la parte importante para las organización teniendo en cuenta que la organización posee dos tipos de cliente interno; el colaborador, proveedores y el cliente externo el compra el producto o servicio. Es por ello que las organizaciones se preparan el proceso de atención de sus clientes por ser esto perceptible a los componentes de un buen servicio en la atención al cliente como lo son cortesía, fiabilidad, la seguridad, capacidad de respuesta , profesionalismo y la empatía que se enlazan con la fidelización que es el proceso se manifiesta cuando un cliente regresa repetitivamente a una organización de bienes o servicio ; generando con ello una mejora continua , mayor conocimiento de los clientes por parte de la organización”

2.3.4- Ley 30056.

(Presidente, 2013) “El Estado promueve el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de programas para la adopción de sistemas de calidad, implementación y certificación en normas asociadas a la gestión de calidad de un producto o servicio, para el cumplimiento de estándares nacionales e internacionales en el desarrollo de sus proyectos empresariales, mediante el cofinanciamiento de actividades para la creación, desarrollo y consolidación de emprendimientos dinámicos y de alto impacto, los cuales deben tener un enfoque que los oriente hacia el desarrollo nacional, la internacionalización” y las ventas se detalla de la siguiente manera.

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

III HIPOTESIS.

El presente trabajo denominado Gestión de calidad en atención al cliente, de la MYPE del sector servicio, rubro venta de repuesto para motos en la ciudad de Juliaca año 2019.

No se plantea hipótesis ya que es de tipo no correlacionar. “Por que Las investigaciones cuan- titativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correla- cional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho.

IV.- METODOLOGIA

4.1 Diseño de investigación.

4.1.1-Tipo de Investigación: cuantitativo.

(Hernandez sampieri et al., p. 4) “por qué se centran en las mediciones numéricas en forma de recolección de datos, para llegar a responder las preguntas de investigación, este enfoque utiliza los análisis estadísticos la obtención de frecuencia”

4.1.2-Nivel de la investigación: Descriptivo.

(Hernandez sampieri et al., n.d. pg. 92, 98) “Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación, Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”

4.1.3 Diseño de la Investigación Transversal y no Experimental.

4.1.3.1- Transversal.

Según Hernández, Fernández y baptista. (2014) también se dice transeccional es la recolección de datos en un solo momento un solo tiempo único con el propósito de describir variables y analizar la incidencia interrelacionar en un solo paso

4.1.3.2- No experimental

Según Hernández, Fernández y baptista (2014) no se manipulas las variables se observa el estado existente de la investigación no existe control en el uso de las variables.

4.2.- Población y Muestra.

4.2.1. Población.

El presente trabajo se va a realizar con una población de 10 MYPE, del sector servicio rubro venta de repuesto de motos en la Av. Jorge Chávez de Juliaca de 2019. “Procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre la cual se pretende generalizar los

resultados. Así, una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con todos una serie de especificaciones”(Hernandez sampieri pg 174.)

4.2.2- Muestra.

La muestra será No probabilística por que estará compuesta por el estudio de caso de la MYPE, el criterio de la inclusión se consideró en la muestra, a 10 representantes de las MYPE sector servicio rubro de venta de repuesto para motos de la Av. Jorge Chávez de Juliaca de 2019 de la misma el criterio de exclusión se considera al trabajador y no se llegó a tener resultados con la encuesta para obtener información. “La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población.”(Hernandez sampieri pg. 175.)

4.3.- Definición y operacionalización de variable

Variables	Definición	Dimensión	Definición	Indicadores	Escala
Gestión de calidad	Conjunto de actividades de la función general de la dirección que determina la política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades, y se implanta por medios de gestión de calidad . William edwards Deming.	Planificación de la calidad	Buscar enfocar tener bien estructurado los procesos	1. Procesos de calidad 2. Servicio de calidad	Likers
		Control de la calidad	La etapa en la gestión de la Calidad que se basa en técnicas de inspección aplicadas a Producción (La calidad se orienta al producto terminado) .	1. Inspección 2. Monitoreo 3. Auditoria interna	
		Aseguramiento de la calidad	Fase que persigue garantizar un nivel continuo de la calidad del producto o servicio	1. -Entrenamiento 2. Documentación 3. -Planificación de producción	
		Mejora de la calidad	Es lograr desarrollar con las técnicas	1. Visión 2. Misión	
Atención al cliente	La teoría de los factores en la satisfacción del cliente sostiene que unas dimensiones de los productos o servicios están relacionadas con la satisfacción del cliente Carmona Lavado, A	Factores de satisfacción al cliente	los factores al atención al cliente para satisfacer las necesidades de sus clientes, y puede medir con trabajadores producto y servicio son los que están asociados con la "Fiabilidad", "Seguridad", "Respuesta a errores en la prestación del servicio" , "Acogida" e "comodidad" . Por otro lado, la "Rapidez", "orden" (Godoy, 2016, p. 19)	1. Trato amable 2. Seguridad. 3. Acogida. 4. Rapidez. 5. Comodidad 6. Orden 7. Limpieza	likers

4.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Se utiliza para realizar el presente trabajo para adquirir información como técnica, la encuesta, y como instrumento se llevó el cuestionario para los representantes de las MYPE, sector servicio rubro tienda de repuesto para motos en la Av. Jorge Chávez de la ciudad de Juliaca año 2019, el cual se realiza de 17 preguntas distribuidas de la siguiente manera, 10 son respecto a las variable al Gestión de Calidad y 07 preguntas lo que concierne a la Variable a la Atención al Cliente.

4.5.- Plan de análisis.

Se utiliza la recolección de datos en la investigación se utiliza el análisis de estadística descriptiva se elaboran tablas de distribución de frecuencia absoluta, relativa porcentuales, gráficos estadísticos y se utiliza los siguientes programas.

Microsoft Word: de llega mediante este programa a realizar la estructura y la redacción digital de trabajo de investigación se tomó como técnica encuesta y el instrumento el cuestionario y se daba el avance constante de la investigación.

Microsoft Excel: de la misma se realiza las tabulaciones y diseños de las figuras y de los datos obtenidos en la encuesta.

4.6.- Matriz de consistencia.

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLE	METODO Y DISEÑO	POBLACION Y MUESTRA	INSTRUMENTO
<p>Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las MYPE del sector servicio, rubro venta de repuesto para motos en la Av. Jorge Chávez de Juliaca 2019?</p>	<p>Objetivo general: Identificar, las principales características gestión de calidad en la atención al cliente, de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro venta de repuesto para motos Av. Jorge Chávez de Juliaca año 2019.</p> <p>Objetivo específico: Describir, las principales características de la gestión de calidad de las MYPE del sector servicio, rubro venta de repuesto de la Av. Jorge chaves de Juliaca año 2019.</p> <p>Detallar, las principales características de la atención al cliente, de las MYPE, del sector servicio, rubro venta de repuesto de motos en la Av. Jorge Chávez de Juliaca año 2019.</p>	<p>Variable 1</p> <p>Gestión de calidad</p> <p>Variable 2</p> <p>Atención al cliente</p>	<p>Tipo de investigación cuantitativo.</p> <p>Según Hernández, Fernández y Baptista 2010 se centran en las mediciones numéricas en forma de recolección de datos, este enfoque utiliza los análisis estadísticos la obtención de frecuencia, derivan hipótesis y se fijan las variables</p> <p>Nivel descriptivo.</p> <p>Tiene como objetivo averiguar las incidencias de los niveles de los variables en una población el procedimiento se da en ubicar en unas diversas variables a un grupo de población</p>	<p>Población. El presente trabajo se va a realizar con una población de 10 Micro y pequeñas empresas, del sector servicio rubro venta de repuesto de motos en la Av. Jorge Chávez de Juliaca de 2019.</p> <p>Muestra. La muestra será No probabilística por que estará compuesta por el estudio de caso de la MYPE, el criterio de la inclusión se consideró en la muestra, a 10 representantes de las MYPE sector servicio rubro de venta de repuesto para motos de la Av. Jorge Chávez de Juliaca de 2019 de la misma el criterio de exclusión se considera al trabajador y no se llegó a tener resultados</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento</p> <p>cuestionario</p>

4.7- Principios éticos.

En el presente proyecto de trabajo de investigación será dirigida a las MYPE del sector servicio rubro venta de repuesto para motos. De la av. Jorge Chaves de Juliaca año 2019 está fundamentada en los siguientes principios éticos según ULADECH(chimbote Consejo, 2019 pags 2,3,4).

“Protección a las personas.

La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.

Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.

Libre participación y derecho a estar informado.

Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia. En

toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consiente el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

Beneficencia no maleficencia.

Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia.

El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

Integridad científica.

La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo,

deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.”

V.- RESULTADO

5.1 Resultados.

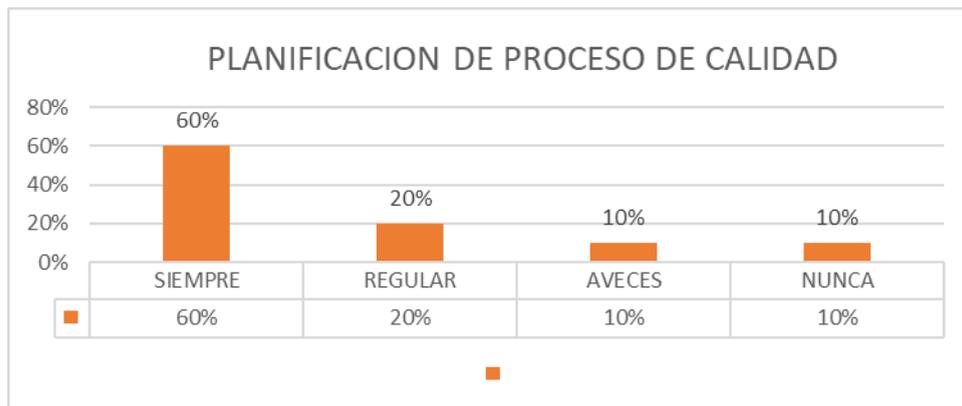
RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD

Tabla 1

Su empresa realiza planificación de actividades para procesos de calidad

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	60 %
REGULAR	2	20 %
A VECES.	1	10%
NUNCA.	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 01 Planificación de proceso de calidad.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 01 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 60 % de las MYPE siempre siguen a la planificación de procesos de calidad, seguido 20% regularmente planifican y seguido de 10% lo realizan A veces su planificación y por ultimo un 10% nunca lo hacen.

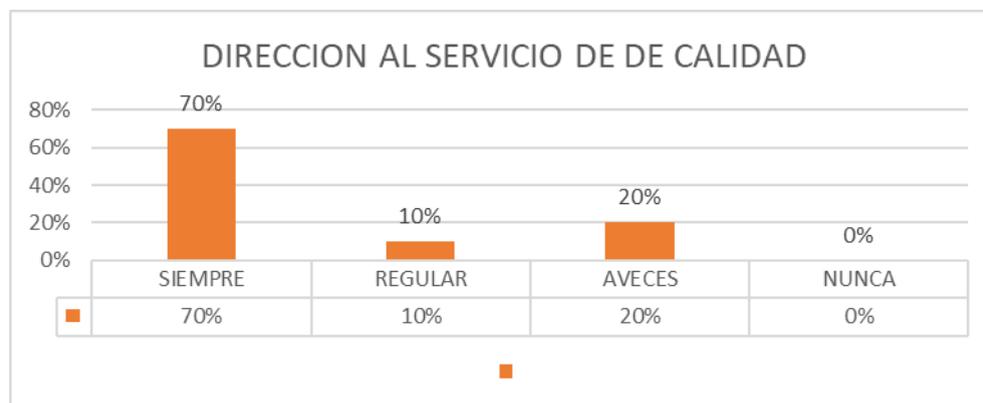
RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD

Tabla 2

Su empresa se enfoca a direccionarse a servicio de calidad para lograr su objetivo

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	70	70 %
REGULAR	1	10 %
A VECES.	2	20%
NUNCA.	0	00%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 02 dirección al servicio de calidad.

INTERPRETACION. De la tabla 02 al 100% encuestados en su mayoría son el 70 % de las MYPE siempre direccionan el servicio de calidad, seguido de 20% lo demuestran a veces con su servicio de calidad, y otro con 10% regularmente direccionan, y por ultimo un 00% nunca no existe

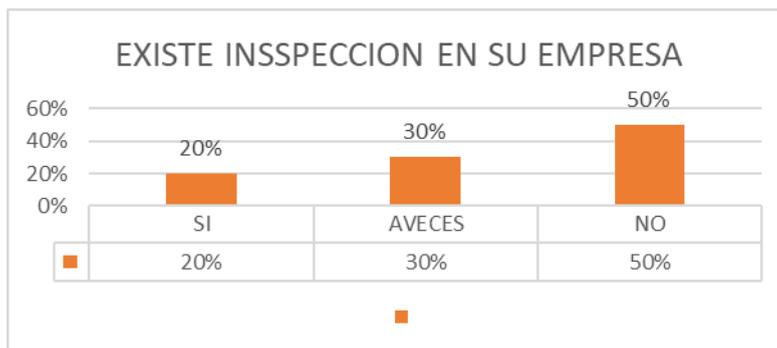
RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD

Tabla 3

Existe inspección en su empresa.

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	20 %
A VECES.	3	30 %
NO.	5	50%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 03 Inspección en su empresa

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 03 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 50 % de las MYPE no realizan la inspección en su empresa seguido con 30% lo realicen A veces en su organización y por ultimo una menoría un 20% si lo realizan la inspección en la MYPE.

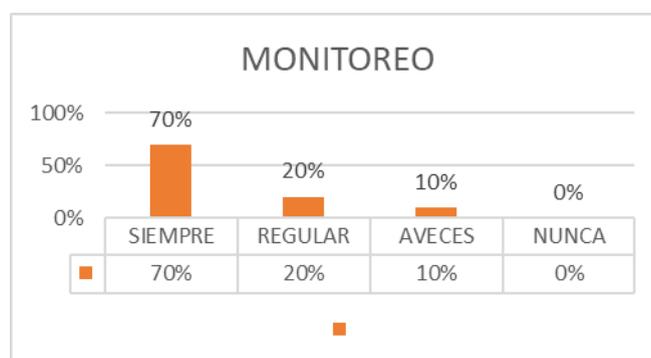
RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD

Tabla 4

Ud realiza actividades de monitoreo en su empresa.

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	7	70 %
REGULAR	2	20 %
A VECES.	1	10%
NUNCA.	0	00%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 04 monitoreo.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 04 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 70 % de las MYPE realizan siempre el monitoreo de gestión de calidad en su empresa, luego de 20% realizan regularmente en su organización, seguido con el 10% A veces realizan su actividad de monitoreo de gestión de calidad y 00% no existe.

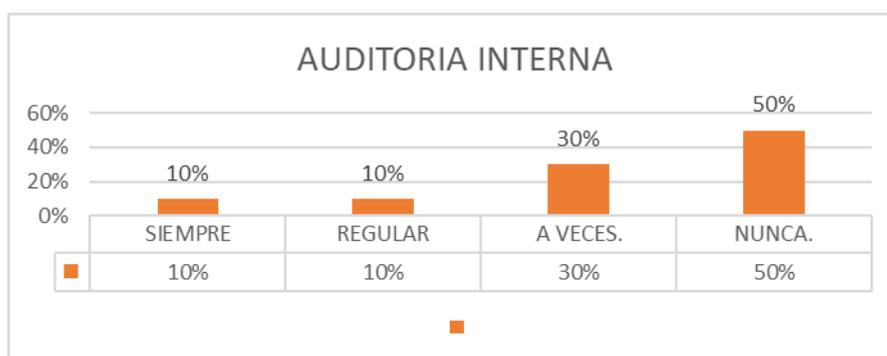
RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD

Tabla 5

La organización realiza auditoria interna de su empresa en gestión de calidad

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	1	10 %
REGULAR	1	10 %
A VECES.	3	30%
NUNCA.	5	50%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 05 Auditoria interna.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 05 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 50 % de las MYPE nunca realizan auditoria interna de gestión en su empresa, seguido 30% A veces lo hacen, luego con 10% siempre lo realizan en su institución y por ultimo un 10% regularmente se lleva la auditoria interna en la MYPE.

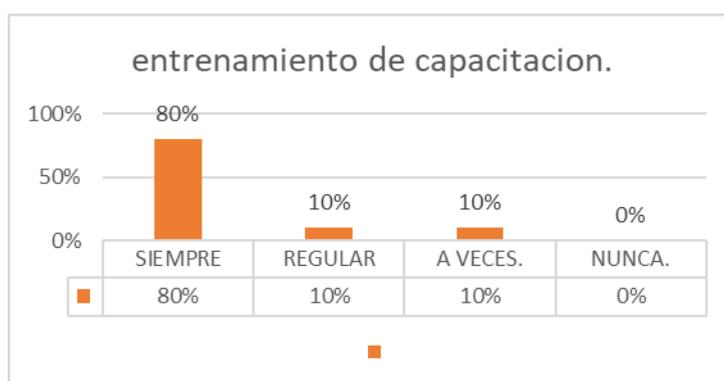
RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD

Tabla 6

Su personal que labora tiene entrenamiento de capacitación en gestión de calidad

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	8	80 %
REGULAR	1	10 %
A VECES.	1	10%
NUNCA.	0	00%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 06 entrenamiento de calidad.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 06 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 80 % de las MYPE siempre realizan entrenamiento de capacitación en gestión de calidad al personal de la empresa, seguido 10% regularmente entrenan con capacitación, con un 10% A veces lo realizan entrenamiento a su personal y por ultimo con 00% no hay nunca.

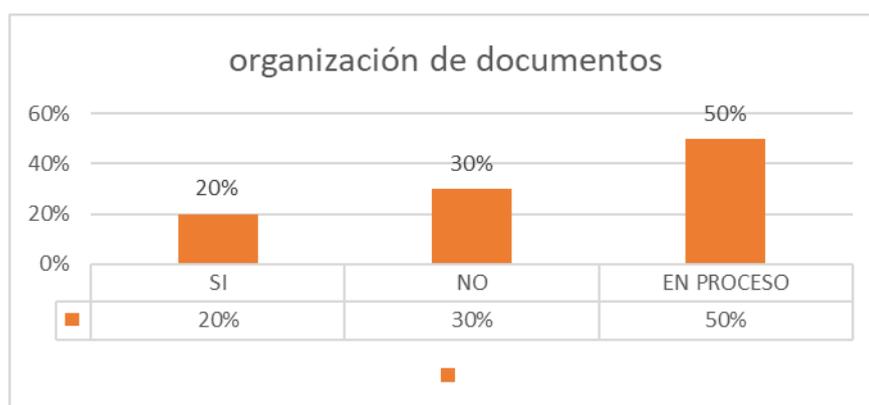
RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD.

Tabla 7

la documentación de su MYPE en organizar documentadamente tiene bien legal para su funcionamiento en gestión de calidad.

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	20 %
NO	3	30 %
EN PROCESO	5	50%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 07 organización de documentos.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 07 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 50 % de las MYPE su organización de la documentación están en proceso, luego de 30% no lo tienen organizado los documentos, y un 20% si lo consideran llevar la

documentación organizado en gestión de calidad a futuro.

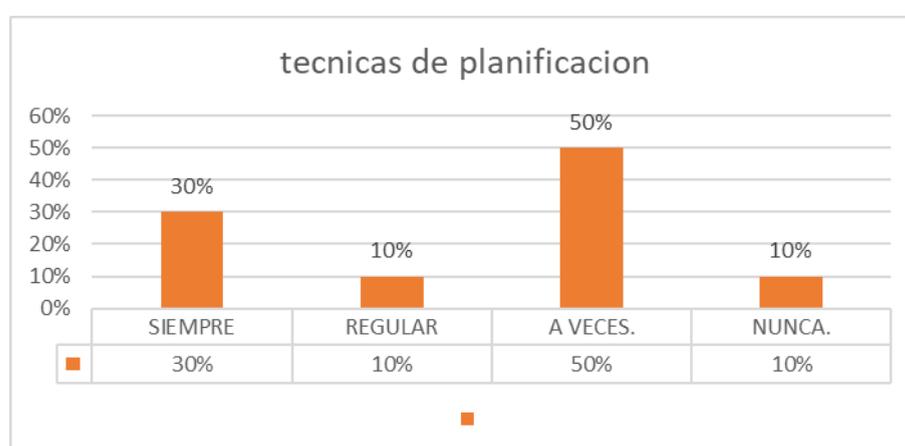
RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD

Tabla 8

realiza constantemente las técnicas de planificación para su gestión de calidad

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	30 %
REGULAR	1	10 %
A VECES.	5	50%
NUNCA.	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 08 técnica de planificación

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 08 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 50 % de las MYPE A veces realizan técnicas de planificación en gestión de calidad, seguido de un 30% siempre aplican técnicas planificación, luego con un 10% regularmente aplican su planificación en gestión y por ultimo un 10% no lo hace nunca en la MYPE.

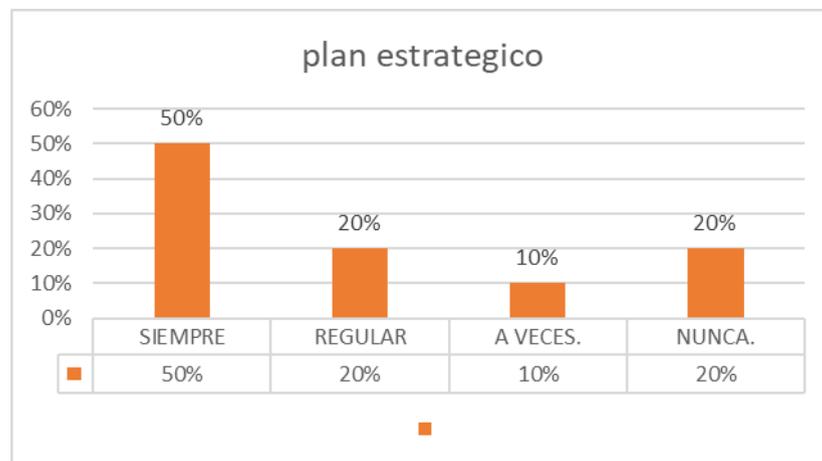
RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD.

Tabla 9

Su empresa desarrolla el trabajo de su plan estratégico (Visión).

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	5	50 %
REGULAR	2	20 %
A VECES.	1	10%
NUNCA.	2	20%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 09 plan estratégico.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 09 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 50 % de las MYPE siempre realizan actividades de trabajo de plan estratégico, seguido de 20% regularmente ejecutan su plan estratégico a igual otro 20% nunca realizan su plan de trabajo, y un 10% lo hacen a veces en su empresa.

RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD

Tabla 10

las actividades realizadas a resultados se cumple a lo planificado en tu empresa

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	7	70 %
REGULAR	2	20 %
A VECES.	1	10%
NUNCA.	0	00%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 10 plan estratégico.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 10 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 70 % de las MYPE siempre realizan sus actividades a lo planificado dentro de su institución seguido con 20% regularmente cumplen su trabajo de plan estratégico, seguido de 10% a veces lo trabajan según lo planificado y no hay ninguno con nunca.

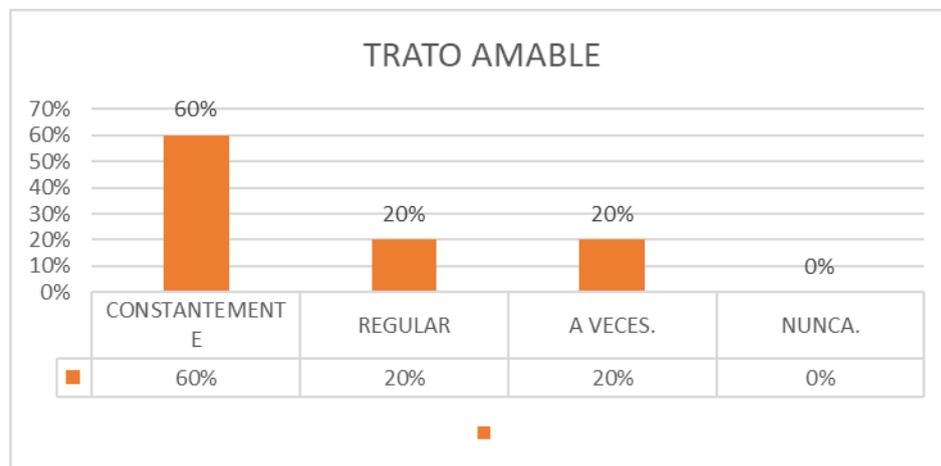
RESPECTO AL ATENCION AL CLIENTE.

Tabla 11

la organización como representante busca tener trato amable a los clientes

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CONSTANTEMENTE	6	60 %
REGULAR	2	20 %
A VECES.	2	20%
NUNCA.	0	00%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 11 Trato amable.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 11 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 60 % de las MYPE constantemente ofrecen trato amable seguido 20% regularmente ofrecen trato amable a sus clientes, luego con 20% A veces lo realizan el trato amable a sus clientes y 00 % que no hay nadie que dan trato amable.

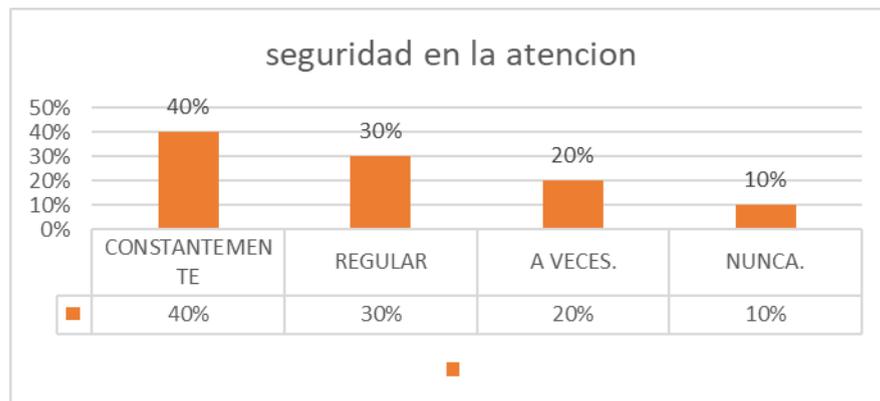
RESPECTO AL ATENCION AL CLIENTE.

Tabla 12

su personal que labora busca la seguridad con sus clientes durante la atención que se brinda.

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CONSTANTEMENTE	4	40 %
REGULAR	3	30 %
A VECES.	2	20%
NUNCA.	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 12 seguridad de atencion.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 12 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 40 % de las MYPE constantemente busca ofrecer la seguridad con sus clientes, seguido 30% dan la seguridad de atención regularmente, luego un 20% lo hacen A veces de tener seguridad y por ultimo un 10% nunca dan atención de seguridad, en su empresa.

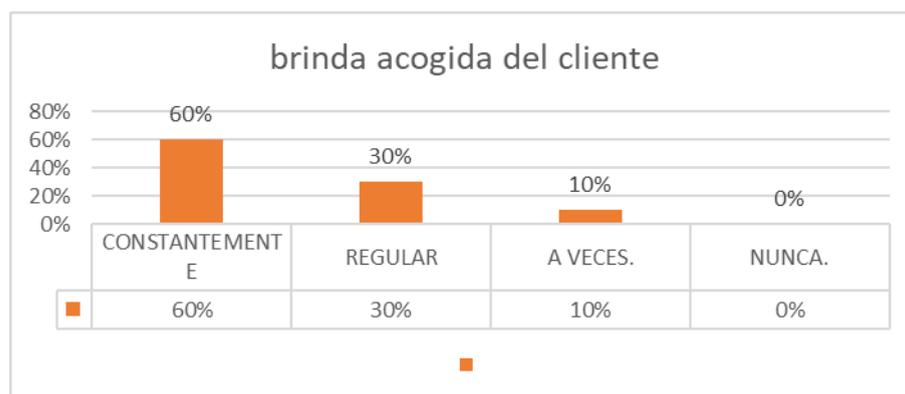
RESPECTO AL ATENCION AL CLIENTE.

Tabla 13

El personal brinda la acogida de cliente durante la atención.

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CONSTANTEMENTE	6	60 %
REGULAR	3	30 %
A VECES.	1	10%
NUNCA.	0	00%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 13 brinda acogida del cliente.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 13 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 60 % de las MYPE constantemente busca ofrecer la acogida del cliente en la atención seguido de 30% regularmente lo realizan luego con 10% esa atención lo tienen a veces de acoger al cliente y 00% de MYPE no hay nunca.

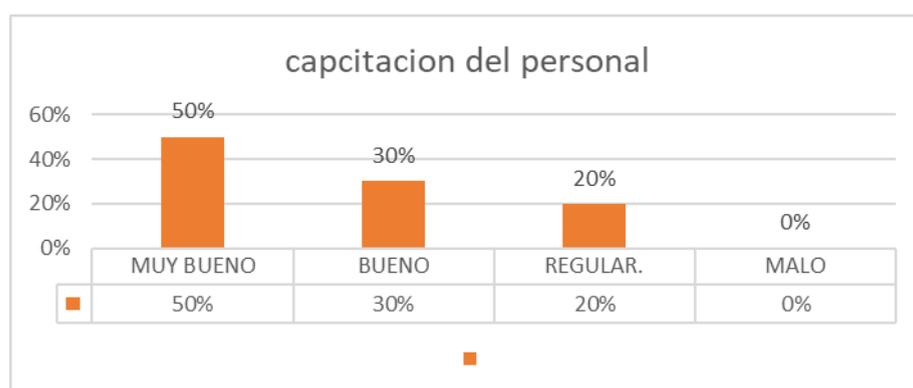
RESPECTO AL ATENCION AL CLIENTE.

Tabla 14

El personal que labora como está capacitado para su atención rápida.

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY BUENO	5	50 %
BUENO	3	30 %
REGULAR.	2	20%
MALO	0	00%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 14 Capacitación del personal.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 14 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 50 % del personal de las MYPE están muy bueno preparados para atención al cliente, seguido con 30% están capacitado bueno, luego con 20% regularmente capacitado en la atención al cliente sus personal que labora y no hay ninguno como malos.

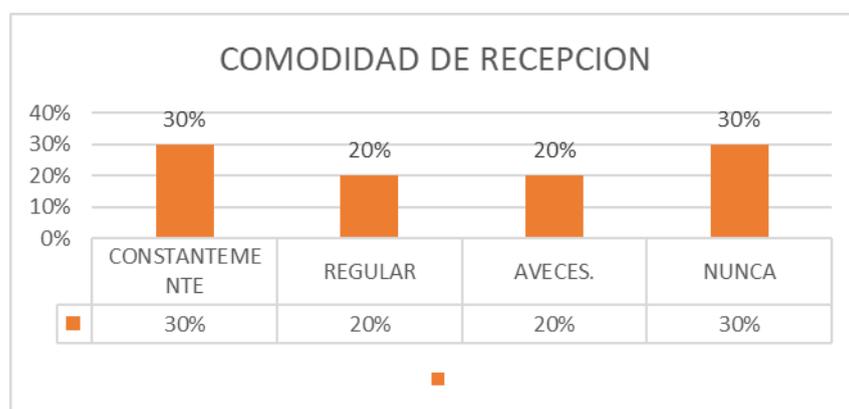
RESPECTO AL ATENCION AL CLIENTE.

Tabla 15

Da comodidad de recepción a los clientes

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CONSTANTEMENTE	3	30 %
REGULAR	2	20 %
AVECES.	2	20%
NUNCA	3	30%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 15 Comodidad de recepción.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 15 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 30 % del personal de las MYPE dan comodidad de recepción al cliente en la atención brindada y seguido a igual de 30% no dan la comodidad de atención luego con 20% regularmente a igual de las MYPE con 20% a veces emplean dando comodidad de recepción de atención al cliente.

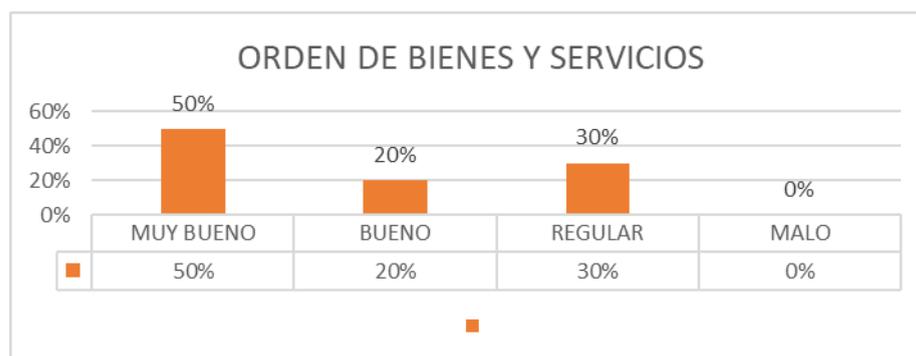
RESPECTO AL ATENCION AL CLIENTE.

Tabla 16

mantiene la ubicación de orden de bienes y servicio para la atención al cliente

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY BUENO	5	50 %
BUENO	2	20 %
REGULAR	3	30%
MALO	0	00%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 16 Orden de bienes y servicios.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 16 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 50 % de las MYPE obtienen la parte del orden de bienes y servicios seguido con 30% lo tienen ordenado regularmente y un 20% de bueno lo tienen la orden de sus bienes y lo malo no hay ninguno.

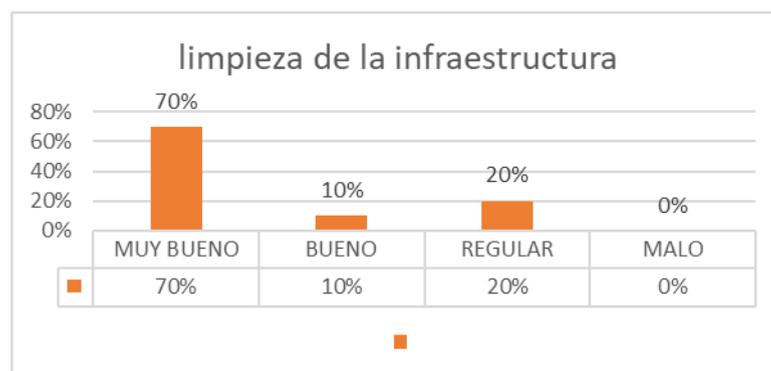
RESPECTO AL ATENCION AL CLIENTE.

Tabla 17

la parte infraestructura de la empresa mantiene limpieza para su atención al usuario.

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY BUENO	7	70 %
BUENO	1	10 %
REGULAR	2	20%
MALO	0	00%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE. En venta de repuesto de moto.



GRÁFICA N° 17 Limpieza de la infraestructura.

INTERPRETACIÓN: En la Tabla y Gráfica 16 se visualiza a los representantes encuestado de las MYPE en Venta de repuesto para Motos al 100% encuestados en su mayoría son el 70 % de las MYPE son muy malo en la limpieza de su lugar de su atención seguido 10% lo realizan regularmente la limpieza, luego con 20% bueno lo hacen su limpieza de su lugar de atención de su tienda y lo último con 00% no hay lo malo

5.2.- ANALISIS DE RESULTADOS.

5.2.1 - Referente al gestión de calidad.

En la tabla 02 y en el grafico se aprecia que el total de los encuestado el 70% la mayor parte respondieron siempre que su empresa se enfoca a servicio de calidad para lograr su objetivo en la gestión al cliente. En el rubro de venta de repuesto para motos. SEBASTIAN 2019, que en su investigación realizado coincide la mayoría a igual al 70% respondieron al servicio para lograr su objetivo en su tabla y gráfico, con la investigación realizada, y esto ayuda a mejorar a los MYPE direccionar a llegar a lograr sus objetivos planificadas. Porque la calidad de servicio es satisfacer las necesidades del cliente.

En la tabla 04 y en el grafico se llega a ayuda a conocer las debilidades que hay, para mejorar. En la gestión y se aprecia que a su totalidad de encuestado el 70% es la mayor parte siempre realizan monitoreo en su empresa referente a la gestión de calidad rubro venta de repuesto para motos, GAMA 2018 en su investigación realizada coinciden con la encuesta dada al 71% casi igual al trabajo realizado en monitoreo de la empresa para la gestión de la calidad. Es un proceso que busca llegar a tener resultados en la gestión

En la tabla 06 y en el gráfico, se llega a apreciar que en su totalidad de encuestados un 80% es la mayor parte de encuestado siempre realizan su personal entrenamiento de capacitación referente a la gestión de calidad, coincide con ZUBIATE 2016 Y TATIANA 2019, que también obtuvieron un 80% la mayoría en su investigación en la capacitación al personal, se llega a que se fortalezca la organización y conozcan la información el personal respecto en la satisfacción al cliente en la calidad de gestión.

El 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas desarrollan su plan estratégico, que conocemos como la visión, No existe comparación con ningunos de los antecedentes. Esto demuestra que actualmente la mitad de los Esto demuestra que actualmente el 50% de los representantes consideran que la gestión calidad, ayuda mejorar los procesos en la toma de decisiones dela empresa.

5.2.2 - Referente al atención al cliente

En la tabla 14 y en el gráfico, se llega a apreciar en su totalidad de la MYPE encuestado en su mayoría a un 50% de personal que labora está muy bueno entrenado para la atención rápida y se llega a satisfacer su necesidad del cliente. TATIANA 2019 en su investigación realizada coincide a un 58% realiza atención rápida al cliente y en la investigación se busca generar eficacia en la atención Es necesario dar la rapidez se logra que el cliente se sienta satisfecho en la venta de repuesto para motos.

En la tabla 17 y en el grafico se llega a lograr en la totalidad de la MYPE investigada a un 70% es su mayoría están muy bueno con la infraestructura limpia para atención al cliente, SEBASTIAN 2019 en su encuesta a los representantes tomaron en cuenta a un 70% a igual, en la infraestructura limpia para la atención al cliente es lo más importante conocer la parte de la limpieza de la infraestructura ayuda a mejorar a los MYPE en lograr obtener orden y augusto de trabajo y de dar mejor atención al cliente y se llega a tener resultados y rentabilidad. En su empresa.

VI.- CONCLUSION

En la gestión de calidad de la MYPE se llegó a identificar y describir la gestión de calidad, se halló que existe buena planificación de los procesos de gestión de calidad, utilizando herramientas y mecanismo en la investigación, se aprecia en la mayoría a la relativa enfocándose a gestión de calidad para lograr su objetivo. En el rubro de venta de repuesto para motos, y la mejora de calidad ayuda a satisfacer al cliente teniendo aseguramiento a la planificación realizada, y esto ayuda a mejorar a los MYPE a direccionar a llegar a sus objetivos planificadas.

Se halla el buen grado en la atención al cliente en los MYPE, se aprecia en su mayoría a la relativa que llega a detallar la atención al cliente, en el trato amable del empleador, ofreciendo al consumidor con la atención personalizada, y tener acogida a los cliente del personal que trabaja, con atención rápida y disciplina en el bienes y servicios que brinda los microempresarios para la toma de decisiones, la capacitación del personal que labora y el uso servicio de calidad es la parte esencial para la MYPE para crecimiento y obtener resultados de sus objetivos en la atención al cliente

Recomendación.

Transmito conocer y tener ampliamente la información las MYPE en gestión de calidad que son los procesos mecanismo o herramientas que se necesitan para trabajar en estos tiempos competitivos de los MYPE porque la calidad es satisfacer al cliente es lo que buscan los cliente y tener buena atención. Y empleen en sus empresas, es la parte esencial, para mejorar la calidad en la atención al cliente esto busca satisfacer las necesidades del cliente o consumidor y trae grandes logros en su plan estratégico.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- ANTHONY JESUS MANRIQUE ESLAVA. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL MODELO SERVPERF EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS – RUBRO VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE MOTOCICLETAS DEL DISTRITO DE HUARAZ, 2015.*
- Arrascue Delgado Jesús Elizabeth. & Segura Cardozo Edgar Benjamín. (2016). *GESTION DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA CLINICA DE FERTILIDAD DEL NORTE “CLINIFER” CHICLAYO-2015.*
- Benitez Rondon, F. (2016). *DIAGNOSTICAR Y PROPONER ACCIONES DE SERVICIO AL CLIENTE OFRECIDO POR AKT MOTOS EN LA CIUDAD DE TULUÁ.*
- Cabezón Gutiérrez, S. (2014). *Control de Calidad en la Producción Industrial.*
- Camisón, C., & Cruz, S. (n.d.). *Gestión de la Calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas.*
- chimbote Consejo, U. uladech. (2019). *codigo de etica para la investigacion.* 1–7. <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>
- Deming edward, william. (1986). *gestion calidad ciclo de Deming.*
- Emilio Rodríguez, P., Pedraja-Rejas., L., González Plitt, C. A., Guirriman., M., & Rodríguez-Ponce, J. (2014). *El impacto del sistema de aseguramiento de la calidad en el servicio.*
- GAMA, K. L. R. (2018). *GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL, VENTA DE REPUESTOS PARA MOTOCICLETAS, DISTRITO DE YARINACocha, AÑO 2018.*
- Guerrero-chanduví, D. (2015). *8.1 planificar la calidad.*
- Hernandez sampieri, R., Fernandez collado, C., & Baptista lucio, M. del P. (n.d.). *metodologia de la investigacion.*
- LÓPEZ, C. L. N. (2015). *"CAPACITACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE.*
- LOPEZ RONDOY, E. T. (2019). *GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE DE LOS HOSPEDAJES DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2019.*
- MACHADO ERAZO, N. E. (2014). *PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA ATENCION AL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO DE LA FACULTAD DE MECANICA DE LA ESPOCH.*
- MORALES ZUBIATE, M. E. N. (2016). *GESTIÓN DE CALIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE REPUESTOS PARA VEHÍCULOS MENORES (MOTOCICLETAS), EN EL DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, 2016.*

- Najul Godoy, J. (2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*.
- Nápoles Rojas, F., Moreno Pino, R. M., & Peña Arteta, Y. C. (2014). *¿ Cómo Documentar un Sistema de Gestión de la Calidad según ISO 9001*. 15, 115–123.
- Peresson, L. L. (2014). *SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD CON ENFOQUE AL CLIENTE*. 0–115.
- PEREZ YAJAHUANCA, Y. (2019). *GESTIÓN DE PROVEEDORES PARA OPTIMIZAR LA IMPORTACIÓN DE MOTOCICLETAS DEL MERCADO CHINO EN LA EMPRESA LIMA MOTOR S.R.L, DEL DEPARTAMENTO DE LAMBAYEQUE, 2018-2019*.
- Presidente. (2013). *Congreso De La Republica Ley N° 30056*.
- Rojas Chasnamote, R. (2018). *ATENCION AL CLIENTE Y SU RELACION CON LA FIDELIZACION EN LA AGENCIA DE VIAJES*.
- ROSAS D, J. (2014). *Las 5´S herramientas básicas de mejora de la calidad de vida*.
- SEBASTIAN, E. L. (2019). *GESTIÓN DE LA CALIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO - RUBRO VENTA DE REPUESTOS DE VEHÍCULOS MAYORES, EN LA URBANIZACIÓN LAS FLORES 78, DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO, LIMA 2018*.
- Tschohl, J. (n.d.). “ *Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia* .” 502, 1–44.
- VERA ALCIVAR, C. (2014). “*DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD BASADO EN LA METODOLOGÍA DE LA NORMA INTERNACIONAL ISO 9001:2008 A UNA EMPRESA manufacturera*”.
- Yáñez, C. M. (2018). *CALIDAD EN BASE A LA ISO 9001*.

Anexo 1 Instrumento

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “gestión de calidad en la atención al cliente, de las micro y MYPE servicio, rubro de tienda de repuesto para motos en la Av. Jorge Chávez de Juliaca año 2019.”.

ENCUESTA

La información que Usted nos proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación. Se agradece por su valiosa colaboración.

Encuestado:

(a).....Fecha:...../...../.....

I.- GESTIÓN DE CALIDAD

1.- ¿Su empresa realiza planificación de actividades para procesos de calidad?

- a. Siempre.
- b. Regular.
- c. A veces.
- d. Nunca.

2.- Su empresa se enfoca a direccionarse a servicio de calidad para lograr su objetivo.

- a. Siempre.
- b. Regular.

- c. A veces.
- d. Nunca.

3.- Existe inspección en su empresa.

Si (.....) aveces (.....) No (.....)

4.- Ud realiza actividades de monitoreo en su empresa.

- a. Siempre.
- b. Regular.
- c. A veces.
- d. Nunca.

5.- La organización realiza auditoria interna de su empresa.

- a. Siempre.
- b. Regular.
- c. A veces.
- d. Nunca.

6.- Su personal que labora tiene entrenamiento de capacitación en gestión de calidad.

- a. Muy bueno
- b. Bueno
- c. Regular.
- d. Mala.

7.- la documentación de su MYPE tiene bien legal conforme ley para su funcionamiento en gestión de calidad.

Si (.....) No (.....) En tramite (.....)

8.- obtiene técnicas de planificación de producción en su gestión-

- a. Siempre.
- b. Regular.
- c. A veces.
- d. Nunca.

9.-Su empresa desarrolla su plan estratégico de trabajo. (Visión).

- a. Siempre.
- b. Regular.
- c. A veces.
- d. Nunca.

10.- las actividades de cumplimiento a resultados se cumple a lo planificado.

- a. Siempre.
- b. Regular.
- c. A veces.
- d. Nunca.

II, ATENCIÓN AL CLIENTE

11.- la organización como representante busca tener trato amable a los clientes.

- A. Constantemente
- B. Regularmente.
- C.A veces
- D. Nunca

12.- su personal que labora busca la seguridad con sus clientes durante la atención que se brinda.

- A. Constantemente
- B. Regularmente.
- C.A veces
- D. Nunca

13.- El personal brinda acogida de cliente durante la atención.

- A.siempre

- B. Regularmente.
- C.A veces
- D. Nunca

14.- El personal que labora como está entrenado para su atención rápida.

- A. Muy bueno.
- B. Bueno.
- C. Regular.
- D. mala

15.- Da comodidad de recepción a los clientes

- A. Constantemente
- B. Regularmente.
- C.A veces
- D. Nunca

16.- mantiene la ubicación de orden de bienes y servicio para la atención al cliente

- A. Muy bueno.
- B. Bueno.
- C. Regular.
- D. mala

17.- la parte infraestructura de la empresa mantiene limpieza para su atención al usuario.

- A. Muy bueno.
- B. Bueno.
- C. Regular.
- D. mala

Anexo 2 Confiabilidad y validez de los instrumentos

Validez

Se realizó el juicio y la verificación de expertos para los instrumentos del trabajo de investigación en las dos variables.

Confiabilidad

Se realizó la prueba de consistencia interna para medir el grado de confiabilidad del instrumento, aplicando la prueba piloto a 10 encuestados y luego se procesó los resultados empleando el coeficiente de Alfa de Cronbach en la hoja de cálculo de Excel y SPSS Versión 22.00

Coefficiente Alfa de Cronbach

La prueba de consistencia interna aplicando la fórmula del Coeficiente Alfa de Cronbach, es una generalización de las fórmulas KR20 y KR21 de Kuder y Richardson, para ítems de alternativas múltiples. En los cálculos del Alpha de Cronbach se emplea el promedio de todas las correlaciones existentes entre los ítems del instrumento que apuntan a la variable que se pretende medir.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{S_t^2} \right)$$

$\sum_{i=1}^n S_i^2$ = Sumatoria de las varianzas de los ítems individuales

S_t^2 = Varianza total

K = Número de ítems

n = Tamaño de la muestra piloto.

El resultado obtenido nos indica que el instrumento es altamente confiable, por lo que puede ser aplicado a la muestra de trabajo.

Rangos	Magnitud
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

**PRUEBA DE ALFA DE CRONBACH GESTIÓN DE LA CALIDAD Y
ATENCIÓN AL CLIENTE**

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
1	3	2	3	3	3	3	1	1	3	2	1	2	3	3	3	1	3
2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
3	2	2	2	2	2	3	2	1	3	3	3	4	3	2	3	3	3
4	3	1	2	2	2	1	2	3	2	3	1	2	4	4	2	1	4
5	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2
6	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	3	2
7	1	2	4	4	3	3	1	1	3	1	2	3	1	2	2	1	1
8	4	1	1	2	1	2	1	1	3	2	2	3	2	4	2	1	1
9	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	4	4	2	1	1	2	2
10	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	4	3	2

$\sum_{i=1}^n S_i^2 =$ Sumatoria de las varianzas de los ítems individuales (13.9)

$S_t^2 =$ Varianza total (63.21)

$K =$ Número de ítems (17)

$n =$ Tamaño de la muestra piloto (10 encuestados que representa el 100%)

Reemplazando datos se obtuvo:

$$\alpha = \frac{17}{17-1} \left(1 - \frac{13.9}{63.21} \right) = 0.8288$$

El resultado obtenido nos indica que el instrumento es muy alta y confiable, por lo que puede ser aplicado a la muestra del trabajo.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

VALIDACION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

NOMBRE:..... VÍCTOR HUARD VALENCIA PARISACA.....

ESPECIALIDAD:..... INF. ESTADÍSTICO E INFORMÁTICO.....

FECHA:..... 09-12-2019.....

II.- OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1.- FORMA:

..... La forma de redacción es clara y
..... consistente en la formulación de
..... preguntas de acuerdo a la operación
..... indagación de variables.....

2.- CONTENIDO:

..... Los contenidos están de acuerdo a
..... los dimensiones e indicadores y
..... también es consistente con los
..... objetivos.....

3.- ESTRUCTURA:

Sigue una estructura planteada
acorde a los requisitos de la universidad

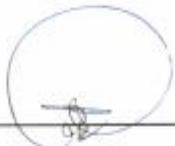
III.- APORTES Y/O SUGERENCIAS:

Continuar con la investigación y
proponer sus alcances al final.

Luego de revisado el documento procede a su aprobación

SI

NO


MSc. Victor Hugo Valencia Parisaca¹
ING. ESTADÍSTICO E INFORMÁTICO
CIP. 106473

VALIDACION DEL INSTRUMENTO

	Items	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
01	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
02	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
03	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	X		
04	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
05	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	X		
06	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	X		
07	¿El número de ítems es el adecuado?	X		
08	¿Los ítems del instrumento son validos?	X		
09	¿Se debe incrementar el número de ítems?		X	
10	¿Se debe eliminar algunos ítems?		X	

Aporte y/o sugerencias:

..... *Con fincion con la investigación que*
 *es muy trascendente.*



MSc. Victor Hugo Valencia Parisaca¹
 ING. ESTADÍSTICO E INFORMÁTICO
 CIP. 106473
 Fecha:/...../.....



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

VALIDACION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

NOMBRE: *Dr. Manuel Anchapuri Quispe*

ESPECIALIDAD: *Administración*

FECHA: *04-12-2019*

II.- OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1.- FORMA:

La redacción de los ítems de los instrumentos son claros y consistentes de acuerdo a la matriz de consistencia.

2.- CONTENIDO:

Los contenidos están de acuerdo a los objetivos específicos y de acuerdo a sus dimensiones e indicadores.

3.- ESTRUCTURA:

..... Sigue una estructura planteada con los pasos
..... de la universidad:

III.- APORTES Y/O SUGERENCIAS:

..... Continuar con la investigación y proponer sus
..... recomendaciones al final de la investigación.
.....
.....

Luego de revisado el documento procede a su aprobación

SI

NO

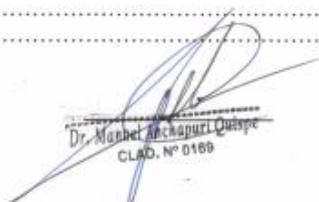

Dr. Manuel Anchupari Quirope
CLAD. N° 0109

VALIDACION DEL INSTRUMENTO

	Items	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
01	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
02	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
03	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	X		
04	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
05	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	X		
06	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	X		
07	¿El número de ítems es el adecuado?	X		
08	¿Los ítems del instrumento son validos?	X		
09	¿Se debe incrementar el número de ítems?		X	
10	¿Se debe eliminar algunos ítems?		X	

Aporte y/o sugerencias:

.....Continuar.....con.....la.....investigación.....porque.....se.....necesita.....conseguir.....
 aportes.....científicos.....


 Dr. Manbel Anchapuri Quispe
 CLAD, N° 0169



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

VALIDACION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

NOMBRE: *AMIRA CARPIO MARAZA*

ESPECIALIDAD: *Msc. ADMINISTRACION Y FINANZAS*

FECHA: *04-12-2019*

II.- OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1.- FORMA:

*La redacción de los ítems de los instrumentos
son claros y comprensibles de acuerdo
a la Matriz de Competencia*

2.- CONTENIDO:

*Los contenidos están de acuerdo a los obje-
tivos específicos y de acuerdo a sus elemen-
tos e indicadores*

3.- ESTRUCTURA:

...Sigue una estructura planteada con los pasos
...de la universidad.

III.- APORTES Y/O SUGERENCIAS:

...Continuar con la investigación y proponer
...mis recomendaciones al final de la investi-
...gación.

Luego de revisado el documento procede a su aprobación

SI

NO


Amiral
Lic. Adm. Anara Corpe Valencia
COELAD
PUNO
GLAD N° 06325

VALIDACION DEL INSTRUMENTO

	Items	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
01	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
02	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
03	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	X		
04	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
05	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	X		
06	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	X		
07	¿El número de ítems es el adecuado?	X		
08	¿Los ítems del instrumento son validos?	X		
09	¿Se debe incrementar el número de ítems?		X	
10	¿Se debe eliminar algunos ítems?		X	

Aporte y/o sugerencias:

..... Continuar con la investigación por que se necesita.....
 conseguir aportes científicos.....

