



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS
Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LAS MYPES COMERCIALES RUBRO ROPA JUVENIL
DE CATACAOS - MERCADO PLAZA REAL, AÑO 2021**

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

AUTORA

TEMOCHE ZAPATA CARMEN BEATRIZ

ORCID: 0000-0002-5215-6803

ASESORA

Dra. PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-8823-2655

PIURA – PERÚ

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Temoche Zapata, Carmen Beatriz

ORCID: 0000-0002-5215-6803

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

ASESORA

Dra. Palacios de Briceño, Mercedes René

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables Financiera y Administrativas, Escuela profesional de
Administración, Piura, Perú

JURADO

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Mgtr. Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Mgtr. Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Mgr. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes René Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A los empresarios Mype dedicados al rubro venta de ropa juvenil que me permitieron y contribuyeron al desarrollo de mi investigación

DEDICATORIA

A mis padres por siempre apoyarme en mis decisiones y darme el empuje para lograr ser una profesional, a mi hijo Stephano por ser mi motivación para continuar día a día, a mi casa de estudios por brindarme los conocimientos necesarios para desenvolverme en este mundo competitivo.

RESUMEN

La presente investigación determinó como objetivo describir la importancia de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real. Se empleó la metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, teniendo como población bajo estudio a 05 MYPES, para las dos variables con población finita la muestra fue de 18 trabajadores y la muestra de población infinita fue de 80 clientes. Para el desarrollo de la investigación se empleó la técnica de la encuesta que permitió recaudar datos a través de un cuestionario, dichos datos se obtuvieron a partir de una serie de preguntas dirigidas a una muestra representativa que tuvo como finalidad conocer opiniones de un grupo de personas; para posteriormente reunidos los datos se tabularon y graficaron de acuerdo a las variables en estudio (Gestión de Calidad y Atención al cliente). Entre los principales resultados obtuvimos que el 90% de los clientes indicaron que los trabajadores emplean saludos de bienvenida cuando visitan la tienda; el 88.9% de los trabajadores consideraron que cuando trabajan en equipo cumplen sus metas en menos tiempo; asimismo el 77.5% de los clientes percibieron el compromiso laboral del trabajador cuando presta sus servicios y finalmente el 47.5% de los clientes señalaron que no perciben productos nuevos y llamativos. Las conclusiones se determinaron a partir de valores de amabilidad, cortesía que emplean los trabajadores cuando prestan sus servicios, estableciendo de esta manera una adecuada conexión entre los clientes, fomentando el compromiso de todos los que integran la empresa, valorando el trabajo en equipo conformado por personas comprometidas, a pesar de la existencia de algunos productos que no cubren las expectativas de los clientes.

Palabras Claves: Gestión de calidad, atención al cliente, MYPES.

ABSTRACT

The objective of this research was to describe the importance of quality management and customer service in commercial MYPES in the youth clothing category of Catacaos- Mercado Plaza Real. The methodology was descriptive level, quantitative type, non-experimental and cross-sectional design, having as the population under study 05 MYPES dedicated to the sale of clothing and for the development of the research the survey technique was used that allowed collecting data Through a questionnaire, these data were obtained from a series of questions addressed to a representative sample whose purpose was to know the opinions of a group of people; To later collect the data, they were tabulated and graphed according to the variables under study . Among the main results, we obtained that 90% of the customers indicated that the workers use welcome greetings when they visit the store; 88.9% of the workers considered that when they work as a team they meet their goals in less time; Likewise, 77.5% of the clients perceived the worker's work commitment when rendering their services and finally 47.5% of the clients indicated that they did not perceive new and striking products. The conclusions were determined from the values of kindness, courtesy that workers use when they provide their services, thus establishing an adequate connection between clients, fostering the commitment of all those who make up the company, valuing teamwork made up of committed people, despite the existence of some products that do not meet customer expectations.

Keywords: Quality management, customer service, MYPES

CONTENIDO

FIRMA DE JURADO Y ASESOR	
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
INDICE DE FIGURAS.....	11
I. INTRODUCCIÓN	12
II. REVISION DE LITERATURA.....	23
2.1. <i>Antecedentes</i>	23
2.2. <i>Bases teóricas</i>	42
2.2.1. Gestión de Calidad.....	42
2.2.2. Atención al cliente	55
III. HIPÓTESIS	60
IV. METODOLOGÍA.....	61
4.1. <i>Diseño de la Investigación</i>	61
4.2. <i>Población y Muestra</i>	62
Criterios de Inclusión y Exclusión	65
4.3. <i>Definición y operacionalización de variables e indicadores</i>	66
4.4. <i>Técnicas e instrumentos</i>	69
4.5. Plan de Análisis.....	69
4.6. Matriz de consistencia.....	70
4.7. Principios éticos.....	71
V. RESULTADOS.....	73
5.1. <i>Resultados</i>	73
5.2. <i>Análisis de Resultados</i>	85

VI.	CONCLUSIONES	95
VII.	RECOMENDACIONES	98
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	100
	ANEXOS	107
	Cuestionario	107
	Cuestionario dirigido al cliente.....	107
	Cuestionario dirigido al trabajador.....	109
	Validaciones	111
	Matriz indicador pregunta.....	120
	TURNITIN.....	¡Error! Marcador no definido.
	CONSTANCIA DE NO ADEUDO	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de operacionalización de las variables.....	66
Tabla 2 Matriz de consistencia	70
Tabla 3: Características demográficas - trabajadores.....	73
Tabla 4: Características demográficas - clientes.....	74
Tabla 5: Principios de Gestión de Calidad - Cliente	75
Tabla 6: Principios de Gestión de Calidad - Trabajador	76
Tabla 7: Estrategias de mejoramiento de calidad- trabajador	77
Tabla 8: Estrategias de mejoramiento de calidad- cliente	78
Tabla 9: Principios de atención al cliente	79
Tabla 10: Principios de atención al cliente	80
Tabla 11: Elementos de atención al cliente.....	82
Tabla 12: Importancia de gestión de calidad y Atención al cliente	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Grafico de barras que representa las Características Demográficas de los trabajadores	73
Figura 2: Grafico de barras que representa las Características Demográficas de los clientes	74
Figura 3: Grafico de barras que representa los principios de gestión de calidad.....	75
Figura 4: Grafico de barras que representa los principios de gestión de calidad.....	76
figura 5: Grafico de barras que representa los Estrategias de mejoramiento de calidad	78
Figura 6: Grafico de barras que representa los Estrategias de mejoramiento de calidad.....	79
Figura 7: Grafico de barras que representa los principios de atención al cliente	80
Figura 8: Grafico de barras que representa los principios de atención al cliente	81
Figura 9: Grafico de barras que representa los elementos de atención al cliente	82
Figura 10: Grafico de barras que representa la importancia de gestión de calidad y Atención al cliente.....	84

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “Gestión de Calidad y Atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos, año 2021”; se basa en dar a conocer la importancia de gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos; línea que ha sido estipulada por la Escuela de Administración ULADECH.

Las Micro y Pequeñas empresas juegan un papel esencial en el desarrollo económico y social del país, al posesionarse como la mayor fuente generadora de empleo. De acuerdo con cifras de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO), elaborada por el Instituto de Estadística e Informática (INEI); en el 2019 las MYPES representaron el 95% de las empresas peruanas y emplearon a un 47.7% de la población económicamente activa (PEA); con respecto el sector textil ha tenido una caída en sus exportaciones durante el estado de emergencia. Según cifras de la SUNAT, en el período de enero-abril, ascendieron a US\$ 295 millones, un 35.4% menos respecto al mismo período 2019 y en el mes de marzo y abril, las exportaciones del sector se redujeron un 38.1% y un 88.4%. (Comex, 2020)

En medio del estado actual, la pandemia y crisis financiera, causada por el coronavirus ha originado alteraciones en la economía global y ha afectado el bienestar de las empresas. Se estima que las MYPES son las más afectadas y entre las actividades más perjudicadas son: la industria textil y confección.

Dichas MYPES de ropa juvenil se han visto dañadas ya que el estado de emergencia y aislamiento obligatorio han hecho que la demanda de los productos caiga notoriamente. Y pocas compañías han registrado incrementos de pedidos desde el inicio de la pandemia y las que lo han logrado son empresas de confección que han podido adaptarse para producir equipos de protección personal y otros textiles médicos

De tal manera que la mayoría de estas pequeñas empresas son bastante vulnerables y tienen claras desventajas en cuanto a su desempeño como consecuencia de una deficiente gestión de calidad y limitada atención al cliente produciendo un estancamiento continuo.

Entre los factores internos de las MYPES comerciales de ropa juvenil de Catacaos centro encontramos la administración de la organización. Las empresas de venta de ropa en su mayoría son de tipo familiar, lo que trae consigo que la persona que se encuentra en la dirección del negocio, muchas veces no cuenta con una preparación y capacitación adecuada para gestionar el negocio, solo muestra conocimientos básicos que ha ido adquiriendo con la práctica ;lo que repercute en el entrenamiento de los miembros que conforman la empresa ; dando a relucir otro factor como es la falta de gestión de recursos humanos a través de la ausencia de capacitaciones, las MYPES de venta de ropa no brindan capacitaciones constantes a sus trabajadores, ya que no lo toman como un punto relevante e importante por el tamaño del negocio lo que ocasiona que las empresas no se consoliden y no se posicionen en el mercado de manera adecuada , limitando su crecimiento a largo plazo .

Cabe resaltar que es fundamental brindar al personal capacitación permanente y beneficios para incentivarlos a que realicen mejor su trabajo diariamente.

Asimismo, dichas MYPES comerciales de ropa juvenil se enfrentan con sus limitadas capacidades en relación con la gestión de sus operaciones como son el control de ingresos y egresos que son registrados en cuadernos o incluso de manera mental generando un mayor costo por el tiempo invertido en el registro de los movimientos de entrada y salida. (Seminario & Torres, 2018)

Los microempresarios no remodelan las instalaciones de su establecimiento para una mayor atracción, descuidando su imagen ante los clientes; teniendo gran cantidad de mercadería almacenada la cual se observa a simple vista, apreciándose un desorden de prendas de ropa.

Entre los factores externos a los que se enfrentan las MYPES son el factor político – económico. En medio de la dificultad económica causada por la pandemia del coronavirus, donde dicha situación de crisis trajo consigo restricciones que afectaron la capacidad de producción de los negocios y las obligaron a adoptar nuevos modos de trabajo; el Gobierno junto al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) crearon medidas económicas para apoyar a las MYPES, a través de los programas de Reactiva Perú y el Fondo de Apoyo Empresarial a la micro y pequeña empresa (FAE-MYPE). El programa Reactiva Perú, tiene como objetivo garantizar el financiamiento de la reposición de los fondos de capital de trabajo de empresas que enfrentan pagos y obligaciones de corto plazo con sus trabajadores y proveedores de bienes y servicios.

Este programa se emplea para montos de créditos más altos y con un mayor nivel de formalización. Asimismo, el FAE-MYPE tiene como objetivo promover el financiamiento de las MYPES, mediante créditos para capital de trabajo, así como para reestructurar y refinanciar sus deudas. (Gregor, 2020). Gracias a este fondo, que será administrado por COFIDE, las MYPE podrán acceder a créditos de capital de trabajo con plazo de hasta 36 meses, y para reprogramar y refinanciar sus deudas con plazo de hasta 3 años. El fondo está dirigido a las MYPE de los sectores de producción, turismo, comercio y servicios conexos. (MINCETUR, 2020). El apoyo que se está brindando es con la finalidad de que toda Mype necesita desenvolverse en una economía de crecimiento para lograr un mejor desempeño. Por lo consiguiente, la política económica debe promover una recuperación de la tasa de crecimiento del producto bruto interno (PBI) agregado; ya que el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima (IEDEP- CCL, 2020) estima que el PBI caería 3,7% para este año por efecto del COVID-19 fundamentado en la contracción de la demanda interna privada. (Mendoza, 2020).

Asimismo, otro de los factores externos son la agresiva introducción de importaciones, principalmente las que vienen de China; originado por el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre los dos países (Perú -China) que entró en vigencia en el año 2010, ya que dichas importaciones se dan por debajo del valor de producción que se maneja en el mercado peruano. En los dos últimos años, según MINCETUR, las importaciones textiles procedentes de china están tomando mayor protagonismo en el mercado peruano generando un gran problema para los comerciantes y productores de prendas nacionales, puesto que al ingresar mercadería extranjera ocasiona una baja de

utilidades en las empresas textiles peruanas. Por lo tanto, el ingreso de mercadería china resulta una amenaza para los productores peruanos, principalmente en el precio ya que las prendas que vienen de china llegan al Perú con precios muy bajos, lo cual imposibilita que se pueda competir y esto se debe por la mano de obra que es más barata en comparación de Perú.

Dando paso a que muchas micro y pequeñas empresas no puedan enfrentarse a los bajos costos de la mercadería china, y por tal motivo bajan sus niveles de producción tomando medidas como la reducción de personal, cierre de tiendas o sucursales, y hasta en algunos casos se retiran del mercado. (Carhuapuma & Guillen, 2020)

Otro factor relevante es el alto nivel de mortandad al que tienen que enfrentarse diariamente ya que, de cada 10 MYPES solo 3 superan el primer año y de estas solo 1 supera los dos años, esto demuestra que el primer peldaño del sector es muy frágil por eso es indispensable que el Estado garantice que las reglas sean las mismas para todos los sectores económicos es decir que promueva y asegure una competencia leal ;disminuyendo el porcentaje de la MYPE informal y combatiendo el contrabando y el ingreso de productos del exterior a precio dumping. (Seminario & Torres, 2018)

En el Perú los negocios cierran principalmente porque no son competitivos, afirmó Jorge Poma Deza, docente de Ingeniería Empresarial en la Universidad Privada del Norte (UPN), al explicar por qué el 75% de empresas en nuestro país fracasa antes de los 4 años. Asegura que todos los peruanos tienen una mente emprendedora y muchas ganas de hacer empresa; crearla es fácil, sin embargo, mantenerla no, porque no hay competitividad.

Muchas personas no elaboran un plan de negocios antes de comenzar una empresa, pese a que es una gran alternativa que permite hacer cálculos financieros sobre la posibilidad de éxito de un emprendimiento.

Finalmente, Deza afirma que el emprendedor se emociona porque está muy de moda la innovación, invierte considerable dinero, pero, al final, el producto no es atractivo para los clientes. Se tiene que hacer el producto de la mano de la necesidad del cliente" (Deza, 2019)

En el factor tecnológico Las medidas implementadas tanto por el sector público como privado han ayudado, pero existen también diversas herramientas digitales que pueden contribuir a la reactivación de las MYPES sin poner en riesgo la salud de los emprendedores, dado que las pequeñas y medianas empresas de ropa, se encuentran rezagadas tecnológicamente, dificultando su gestión y la posibilidad de competir exitosamente en el mercado.

Por tal motivo para sobrevivir en el actual contexto de impactos causados por la pandemia del COVID-19, muchas empresas tienen que recurrir al uso intensivo de herramientas digitales para implementar el teletrabajo, realizar compras y ventas online, así como gestionar procesos de producción de forma remota.

La digitalización, que antes parecía un "extra" para aumentar la productividad y las ganancias, hoy se ha vuelto un requisito para que las empresas sobrevivan.

En particular, las MYPES que comienzan a transitar por la ruta de la transformación digital necesitan dotarse muy rápidamente de una serie de elementos.

Por un lado, necesitan conexiones de calidad y dispositivos tecnológicos (computadoras y servidores).

Por lo que requieren soluciones digitales, incluyendo sistemas informáticos para ventas y gestión de clientes adaptados a sus necesidades específicas y herramientas para potenciar sus oportunidades de negocio (plataforma de comercio electrónico, medios de pagos digitales, etc.). Ahora se crea la necesidad de digitalizar los negocios y reducir el uso de efectivo hacia medios de pago electrónicos. En este sentido se busca impulsar no solo soluciones de pago a través de la banca.

Los empresarios tienen que modificar sus negocios, ver cómo pueden seguir operando desde la inmovilidad y modernizar su oferta de valor”. Una de las herramientas más importantes que ofrece la Banca en Perú para empresas es net cash.

Esta App está a disposición las 24 horas del día y permite realizar operaciones como transferencias, pago de haberes, pago de proveedores, pago de servicios, entre otros. (Ramírez, 2020).

Por tal motivo, es necesario utilizar métodos que permitan fortalecer las organizaciones, haciéndolas más competitivas, adaptables a los continuos cambios y atractivas para los usuarios del servicio.

Los sistemas de Gestión de Calidad son un referente de la excelencia empresarial ante las exigencias que impone un entorno competitivo cada vez más dinámico y globalizado, que permite ofrecer productos y servicios que satisfacen las expectativas de los clientes, a la vez que logra mejorar de forma continua los procesos de la empresa. (Lloréns & Fuentes, 2005) .

Por lo tanto, considerando que los clientes son el ente al cual la empresa debe satisfacer para lograr permanecer en el mercado, a través de las ventas o servicios ofrecidos; cobra importancia el conocerlos y acercarse en lo posible a cubrir sus exigencias.

Ofrecer una atención cercana y eficaz ayuda a fidelizar clientes que no solo te buscan constantemente por la calidad o economía de tus productos y servicios, sino por todos los beneficios y sensaciones que engloba la interacción con la marca. Esto permite que los negocios sean sustentables y perduren en el tiempo pese al constante incremento de la competitividad y los diferentes desafíos que plantea la actividad empresarial.

En la región Piura – Catacaos Centro es importante dar a conocer que las MYPES comerciales del rubro ropa juvenil urgen de apoyo económico, temas relacionados con gestión de recursos humanos, aspectos contables y financieros, administración propia de sus negocios y capacitación ; así como alinearse a la nueva situación que viven, pues deben optimizar sus técnicas en gestión de calidad y sobre todo en la atención al cliente; ya que el nuevo escenario en que interactúan con los clientes ha variado de manera impresionante, por lo que se exige una reflexión y replanteamiento sobre cómo se está llevando a cabo la relación entre las MYPES y sus clientes.

Frente a esta situación se puede plantear la siguiente interrogante: ¿Cómo es la Gestión de Calidad y atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real al 2021? Para dar respuesta al problema planteado, se expone el objetivo general. Describir la importancia de gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real al 2021.

Se plantearon los siguientes objetivos específicos a) Conocer los Principios de gestión de calidad en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real al 2021. b) Determinar las estrategias de mejoramiento de calidad en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real al 2021. c) Describir los principios de atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real al 2021. d) Conocer los elementos de la atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real al 2021.

Por todo lo expuesto, la presente investigación se justificó asumiendo postulados teóricos de (Gonzales 2019) y (Urbina y Ortiz, 2019) sobre gestión de calidad y atención al cliente respectivamente. Dicha información, tuvo como propósito informar a los representantes de las MYPES para que puedan ver la realidad de su negocio y reduzcan errores empresariales asimismo también ayudó a los trabajadores de las MYPES en mejorar el servicio que están brindando con el fin de alcanzar y superar las expectativas de los clientes y por ende fue posible el incremento de las ventas y rentabilidad de la empresa.

Dado el contexto actual por el que atraviesan las MYPES en relación con una deficiente gestión de calidad y limitada atención al cliente ,permitió plantear estrategias para mejorar el desarrollo de los negocios como estrategias de marketing para incrementar flujos de venta , establecer un programa pertinente de capacitación de gestión de calidad y re instrucción a los trabajadores para ofrecer un mejor servicio , asimismo fortalecer las capacidades o habilidades que cuentan los trabajadores de los negocios con la finalidad de ofrecer un servicio eficiente.

El estudio metodológico desarrollado permitió describir las variables de estudio con sus respectivas dimensiones, lo que conllevó a conocer las situaciones reales de las MYPES, asimismo ayudó a cuantificar los resultados obtenidos.

La relevancia social de este estudio, permitió satisfacer las necesidades nuevas y existentes de una sociedad cada vez más exigente en cuanto a calidad y servicio ya que el cliente es el motor principal para que la empresa subsista en un mercado tan competitivo como el actual.

Esta investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y según su prolongación en el tiempo de corte transversal. Se determinó el tamaño de la población y se diseñó un cuestionario dirigido al cliente y trabajadores de las MYPES, dicho instrumento de recojo de datos constituyó una estrategia clave que garantizo datos confiables para el estudio

Donde se evidenció que el 90% de los clientes indican que los trabajos emplean saludos de bienvenida cuando visitan la empresa, el 88.9% de los trabajadores consideran que cuando trabajan en equipo cumplen sus metas en menos tiempo , asimismo el 77.5% de los clientes señalan que si se percibe el compromiso laboral del trabajador cuando presta sus servicios de atención al cliente y finalmente el 47.5% de los clientes señalan que cuándo visitan la tienda de ropa perciben productos nuevos y llamativos.

Las conclusiones se determinaron a partir de valores de amabilidad , cortesía que emplean los trabajadores cuando prestan sus servicios , estableciendo una adecuada conexión entre los clientes , fomentando de esta manera el compromiso de no solo un trabajador sino de todos los que integran la empresa valorando el trabajo en equipo conformado por personas comprometidas que permiten el logro de mejores resultados en las actividades diarias , a pesar de la existencia de algunos productos que no cubren las expectativas de los clientes .

La investigación quedó delimitada desde la perspectiva temática por la variable Gestión de calidad y Atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos – Mercado Plaza Real, año 2021 desde la perspectiva geográfica ciudad Catacaos Centro- Piura y delimitación temporal, año 2021.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Gestión de calidad

Gonzales (2019) En su investigación titulada “Propuesta de Implementación de un Sistema de gestión de calidad en la empresa Sociedad Inmobiliaria Hurtado Limitada bajo la Normativa ISO 9001:2015”.La investigación se desarrolló en la Universidad Austral de Chile, que tiene como objetivo general: Desarrollar propuesta de un sistema de gestión de calidad bajo la Norma ISO 9001:2015, a través de un análisis de brechas y desarrollo de procedimientos con el fin de preparar a la Empresa “Sociedad Inmobiliaria Hurtado Limitada”. Objetivos específicos: Realizar un diagnóstico de los procesos que se realizan en la administración actual a través de un levantamiento de información para encontrar la brecha en base a la norma ISO 9001:2015. Crear políticas y objetivos de calidad a través de reuniones con gerencia que permitan la medición para una mejora continua en los procesos. Establecer la documentación a través de la Norma ISO 9001:2015 para los procesos principales y secundarios diagnosticados. Evaluar la propuesta a través de la revisión y aprobación del programa de auditoría interna por parte de gerencia para concretar la planificación de fechas y actividades a realizar.

El autor concluyó que es indispensable la implementación del sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2015, ya que permite ganar terreno en el negocio de operación entregando un servicio que permita alinearse a los estándares actuales y necesidades por parte de los clientes que buscan un servicio de calidad.

Andrade (2017) Realizó una investigación titulada Propuesta de un Sistema de Gestión orientado a la mejora continua de los procesos de producción de la empresa pesquera Centromar S.A en la Universidad de Guayaquil; que tiene como Objetivo general: Proponer un sistema de gestión de mejora continua para optimizar los procesos de producción de calidad en Pesquera Centromar S.A., año 2017. Objetivos específicos: Proyectar el Sistema de Gestión de producción de Calidad. Conformación de conjuntos, grupos o comités de trabajo y modelar las mejoras continuas en la producción de calidad. Examinar y optimizar los indicadores en los procesos ya establecidos. Se empleó la metodología descriptiva mediante la cual se obtiene información detallada respecto a la problemática planteada. La propuesta de un sistema de gestión orientada a la mejora continua en los procesos de producción. Finalmente, el autor concluyó que el 41% indica que el personal no presta atención a los argumentos expuestos por el cliente para dar una solución a sus requerimientos; el 63% del personal encuestado manifiesta el desconocimiento de la existencia de un manual de calidad.

Un 98% del personal se encuentra comprometido con el proceso de implantación de mejoras continuas para alcanzar el estándar deseado en la producción de calidad, el 64% de los trabajadores indican que no realiza un seguimiento de medición análisis y mejora de los productos por parte de los responsables.

Una vez proyectado el Sistema de Mejora Continua en la Gestión de Producción de Pesquera Centromar S.A. ,se realizó la conformación de grupos o comités mejorando de forma efectiva todas y cada una de áreas de producción dentro de la planta revisando, optimizando y mejorando los indicadores en cada uno de los procesos, se motivó de manera efectiva para que se tome un involucramiento y compromiso de parte de ellos para con la organización, con la propuesta de mejora continua con la propia iniciativa y la sustentabilidad del personal.

Cañas (2018) Realizó una investigación titulada “Análisis de La Implementación de un Sistema de Gestión De Calidad bajo la Norma ISO 9001 Versión 2015 en la Empresa Totality Services S.A.S.”. La investigación se desarrolló en la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano -Facultad de Ciencias Naturales e Ingeniería, que tiene como objetivo general: Estudiar la aplicación de la norma ISO 9001 versión 2015 para diseñar un sistema de gestión de calidad en la empresa Totality Service SAS. Objetivos específicos: Estructurar de manera eficiente las actividades y procesos llevados a cabo dentro de la empresa Totality Services S.A.S conforme la norma ISO 9001:2015. Realizar un diagnóstico organizacional para la aplicación de la norma ISO 9001 de 2015.

Proponer medidas de mejoramiento para garantizar el cumplimiento de los requisitos de la norma ISO 9001 de 2015. La investigación se llevó a cabo de acuerdo a la aplicación de la metodología DMAIC (Definir, Medir, Analizar, Mejorar, Controlar). A partir de una investigación práctica se inició la recolección y estudio de los datos que permitieron identificar las características, deficiencias y oportunidades de mejora, con el fin de analizar la implementación de un SGC bajo la Norma ISO 9001: 2015.

Arrascue y Segura (2016) En su investigación titulada Gestión de Calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la Clínica de Fertilidad del Norte Clinifer realizada en la Universidad Señor de Sipán, que tiene como Objetivo General: Determinar la influencia que existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte CLINIFER; objetivos específicos: Analizar la calidad de servicio en la clínica de fertilidad del norte CLINIFER. Determinar el nivel de satisfacción del cliente en la clínica fertilidad del norte CLINIFER. Proponer una estrategia de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte CLINIFER. Validar la estrategia de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte CLINIFER. La investigación es de tipo descriptiva correlacional con un diseño no experimental transversal. Para la recopilación de información se utilizó como instrumento el cuestionario, que consta de 18 a 4 ítems.

Finalmente el autor concluyó que el 100 % de los entrevistados está de acuerdo que la clínica cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes; el 77.78% de los clientes están de acuerdo con la información que brinda el personal de servicio ; el 66.67% de los clientes están en desacuerdo con la atención inmediata a sus reclamos, el 66.67% de los clientes están de acuerdo con el horario establecido ya que es flexible permitiendo una adecuada atención ,el 66.67% de los clientes está de acuerdo que el personal de la clínica se encuentra capacitado para brindar un servicio seguro y fiable, el 66.67 % de los clientes está totalmente de acuerdo por la muestra de preocupación que tiene el personal al atender sus intereses como cliente , el 88.88 % de los clientes están de acuerdo con el servicio amable y cortés que brinda el personal de la clínica, el 75% de los clientes está de acuerdo que el servicio recibido por la clínica ya que supera sus expectativas.

Campos (2017) En su investigación titulada El liderazgo transformacional y la gestión de calidad de los funcionarios de la Municipalidad provincial de Abancay – 2017, realizada en la Universidad Cesar Vallejo que tiene como objetivo General: Determinar cómo es la relación del liderazgo transformacional y la gestión de calidad de los funcionarios de la municipalidad provincial de Abancay – 2017. Objetivos específicos: Determinar cómo es el liderazgo transformacional de los funcionarios de la municipalidad provincial de Abancay – 2017. Determinar cómo es la gestión de calidad de los funcionarios de la municipalidad provincial de Abancay – 2017.

Determinar la relación que existe entre el liderazgo transformacional y la calidad intrínseca de la gestión de calidad de los funcionarios en la municipalidad provincial de Abancay –2017. Determinar la relación que existe entre el liderazgo transformacional y los costos de la gestión de calidad de los funcionarios en la municipalidad provincial de Abancay –2017. Determinar la relación que existe entre el liderazgo transformacional y la atención de la gestión de calidad de los funcionarios en la municipalidad provincial de Abancay –2017. Determinar la relación que existe entre el liderazgo transformacional y la seguridad de la gestión de calidad de los funcionarios en la municipalidad provincial de Abancay –2017. Determinar la relación que existe entre el liderazgo transformacional y la disposición de los empleados de la gestión de calidad de los funcionarios en la municipalidad provincial de Abancay –2017. La investigación es de Nivel Básico - Descriptivo – Cuantitativa Transversal y se tomó en cuenta como población a los trabajadores de la municipalidad provincial de Abancay el cual está conformado por 60 personas entre varones y mujeres.

El autor concluyó que el liderazgo es una actitud que muchas personas lo poseen, pero no saben educarlo o formarlo puesto que esta actitud en los diferentes entornos que uno se desempeña esta tiende a cambiar, como es en el caso de este estudio, se llegó a la conclusión de que el liderazgo es deficiente en los funcionarios de la municipalidad provincial de Abancay, ya que se muestra que el 55.0% de los trabajadores opinó que es deficiente, el 17,5% adujo eficiente, el 15,0% indicó que es muy eficiente.

Antunez (2018) En su investigación titulada Gestión de Calidad bajo el enfoque del marketing estratégico en las Micro y Pequeñas empresas en el Sector servicios rubro restaurantes de la ciudad de Huarney, realizada en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote que tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las micro y pequeñas empresas en el sector servicios, rubro restaurantes, de la ciudad de Huarney, año 2017. Objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas en el sector servicios- rubro restaurantes de la ciudad de Huarney, año 2017. Determinar las características de las Micro y pequeñas empresas en el sector servicio- rubro restaurantes de la ciudad de Huarney, año 2017. Determinar las principales características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del Marketing en las Micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro restaurantes de la ciudad de Huarney, año 2017.

La metodología que se empleó fue nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal y para el recojo de información se empleó la técnica de la encuesta. El autor concluyó que el 60,0% de sus trabajadores tienen de 31 a 50 años de edad, el 90,0% son de género femenino; el 50,0% de trabajadores manifiestan tener un grado de instrucción de nivel secundaria ; el 60,0% manifiestan que no tienen conocimiento con el tema de gestión de calidad ya que la mayoría son personas que solo culminaron la secundaria; el 60,0% de las personas encuestadas mencionaron que tienen un aprendizaje lento para la implementación de la gestión de calidad para adaptarse a los cambios El 70,0% mencionaron que si conocen el término Marketing pero no saben aplicarlo en su negocio ;el 80,0% de los clientes respondieron que es buena la atención

al cliente que brindan un buen servicio para tener mayor demanda y ser competitivos ante las demás empresas; el 60% confirman que emplea promociones, la mayoría de los dueños aplican las promociones por motivo de que no se arriesgan a utilizar otros medios de publicidad por desconocimiento y por la economía que se requiere y el 50,0% menciona que a veces el marketing ayuda a las ventas.

Ventura (2019) Realizó una investigación titulada “Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018”. La presente investigación se desarrolló en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote que tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018 ;como objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018 y Describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.

La metodología fue No experimental transversal-descriptivo, con una muestra de 12 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas.

El autor concluyó que las MYPES tienen dificultad para implementar la gestión de calidad debido a que sus trabajadores no cuentan con conocimiento sobre calidad, aplican la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal. Asimismo, entre sus principales características demográficas presentó que el 75% de sus clientes son de género masculino, y el 75% presenta edades entre 31 a 50 años de edad.

Honores (2018) Realizó una investigación titulada. “Gestión de calidad y Atención al cliente en las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropa para caballeros, del distrito de Huaral 2018” realizada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente, en las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropa para caballeros del Distrito de Huaral 2018 y como Objetivos específicos :Determinar las características de los representantes de las MYPES del sector comercio-rubro venta de ropas para caballeros, del distrito de Huaral 2018.Determinar las características de las MYPES del sector comercio-rubro venta de ropas para caballeros, del distrito de Huaral 2018.

Determinar las características de la gestión de calidad de las MYPES del sector comercio-rubro venta de ropas para caballeros, del distrito de Huaral 2018. Determinar las características de atención al cliente de las MYPES del sector comercio-rubro venta de ropas para caballeros, del distrito de Huaral 2018.

La investigación fue descriptiva y para realizar dicha investigación se tuvo una muestra poblacional de 05 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas, utilizando la técnica de encuesta. El autor concluyó que las empresas de hoy requieren poner más énfasis en los servicios del cliente, utilizando las estrategias y técnicas de marketing para que cada día siga creciendo y aumentando su cartera de cliente y posesionándose en el mercado.

Medina (2018) Realizó una investigación titulada Caracterización de la Gestión de Calidad y Atención al cliente en las Mype Rubro pollería del Distrito de Vice – Sechura Año 2018. La presente investigación se desarrolló en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote que tiene como objetivo general: Conocer qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice – Sechura, año 2018 ; y como Objetivos Específicos: Describir los principios que utilizan en la Gestión de calidad en las MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice – Sechura, año 2018. Determinar las prácticas de mejora continua que se emplean en la Gestión de calidad en las MYPE rubro pollerías del Distrito de Vice – Sechura, año 2018. Describir la importancia de la atención al cliente en las MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice – Sechura, año 2018.

Identificar las estrategias de mejora en el servicio de atención al cliente en las 9 MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice – Sechura, año 2018. En la investigación se utilizó la metodología Cuantitativa nivel descriptivo diseño No experimental y la técnica a utilizar fue el cuestionario. El autor concluyó que el 75% de los datos recolectados informó que sí consideran al cliente como una expectativa elevada respecto al servicio, el 75% de los trabajadores sostuvieron que sí consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente, el 50% de los trabajadores manifiestan que, si tienen una buena relación entre sus compañeros, el 58% de los empleados si se sienten comprometidos con la prestación del servicio al cliente.

Castro (2019) Se realizó la investigación titulada “Gestión de calidad y Satisfacción del cliente en las MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura año 2016” en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote que tiene por objetivo General: Identificar las características que presenta la gestión de calidad y satisfacción al cliente en las MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura año 2016, de la misma forma los objetivos específicos: Conocer las técnicas de Gestión de Calidad que están empleando la MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura año 2016. Definir los beneficios que aporta la Gestión de Calidad en la MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura año 2016. Determinar los elementos de la Satisfacción del Cliente en la MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura año 2016. Conocer los beneficios de la Satisfacción del Cliente en la MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura año 2016.

La metodología de esta investigación fue descriptiva, de tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Se empleó como instrumento de recojo de datos la encuesta dirigida a los representantes y clientes. Según la investigación realizada, se obtuvo como resultado que la mayoría de las MYPES indica que los beneficios que brinda la gestión de calidad son: mayor participación de los empleados, mejorar la imagen y credibilidad ante terceros y lograr maximizar la satisfacción de los clientes.

Montalban (2018) En su trabajo denominado “Caracterización de Gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del AA.HH. almirante Miguel Grau Piura año 2018” realizado en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote tuvo como objetivo general: Analizar las características de la Gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro Restaurantes AA.HH Almirante Miguel Grau - Piura, Año 2018 que tiene como objetivos específicos: Describir los principios de la gestión de calidad en las MYPE, rubro restaurantes del AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018. Describir los beneficios de implementar un sistema de la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante. AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018. Describir estrategias de la competitividad en las MYPE rubro restaurante. AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018. Describir los niveles de la competitividad en las MYPE rubro restaurante AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura 2018.

Se aplicó la metodología descriptiva y se diseñó un cuestionario de 29 preguntas, que se realizó a cuatro microempresas, obteniendo los siguientes resultados:

Respecto a gestión de calidad: Los propietarios manifestaron que el 60% de su MYPE cuenta con una mejora de un grado de satisfacción con el servicio para los clientes.

Respecto a la competitividad: Los clientes manifiestan: el 50 % de los restaurantes aún le falta cumplir las necesidades que tiene cada cliente y de realizar evaluaciones para su personal de trabajo en cuento la atención. Asimismo, el 50% de los clientes encuestados afirman que con el tiempo los restaurantes han ido mejorando en su atención, obteniendo mejores resultados.

Atención al cliente

Pineda & Ramírez (2017) En su investigación titulada Medición del servicio y atención al cliente de los prestadores de servicios turísticos del municipio de Restrepo, Meta - Colombia realizada en la Universidad de los Llanos que tiene como objetivo general : Medir el servicio y la atención al cliente en los prestadores de servicios turísticos del municipio de Restrepo, Meta – Colombia y como objetivos específicos : Identificar el nivel de percepción del cliente sobre el servicio y atención por parte de los prestadores de servicios turísticos en el municipio de Restrepo Meta, Colombia. Conocer las acciones que ejercen los prestadores de servicios turísticos hacia el cliente respecto a la atención y el servicio. Determinar las necesidades de capacitación en atención y servicio al cliente de los prestadores de servicios turísticos del municipio de Restrepo Meta, Colombia.

La metodología que se empleó fue de tipo empírica confirmatoria, empírica porque está formada por una parte teórica y otra práctica. Esta se basa en tres modelos de medición de servicio y atención al cliente, SERVQUAL, calidad percibida y Modelo de tres elementos. El autor concluyó que a partir del análisis correspondiente se convierte en algo fundamental para los empresarios recibir capacitaciones sobre el servicio y atención al cliente que promuevan la mejora en sus organizaciones y les permita generar resultados que se vean reflejados no sólo en un buzón de sugerencias sino en sus utilidades; los empresarios desconocen las capacidades y competencias con las cuales cuentan sus colaboradores para brindar un buen servicio y una buena atención.

El 89% considera que entregar el servicio lo más amable posible es un factor que determina el alcance que podría tener la compañía en un futuro, es por ello que realizan algunas encuestas de satisfacción y reciben sugerencias para realizar sus respectivos ajustes y convertirse en las marcas favoritas para los usuarios. De esta manera los prestadores de servicios turísticos preparan a los colaboradores a fin de ser cordiales y amables con los clientes; los empresarios subestiman las competencias con las cuales cuentan sus colaboradores para brindar un buen servicio y una buena atención, es decir, estos desconocen las capacidades y habilidades de su personal.

Vargas & Farro (2017) en su investigación titulada Calidad de Atención al cliente y su relación con el nivel de satisfacción del servicio en los clientes del Banco de Crédito del Perú realizada en la Universidad Nacional Hermilio Valdizan que tiene como Objetivo General: Conocer de qué manera la calidad de atención al cliente se relaciona con el nivel de satisfacción del servicio en los usuarios del BCP Huánuco; como objetivos específicos: Determinar cómo el comportamiento del trabajador se relaciona con la calidad de atención al cliente en el BCP Huánuco. Conocer cuál es el nivel de satisfacción general del servicio en el BCP Huánuco. Determinar de qué manera el comportamiento del trabajador compone el nivel de satisfacción en BCP Huánuco.

La metodología utilizada fue descriptivo, explicativo de corte no experimental-transversal. El autor concluyó que ha quedado establecido que la atención al cliente se relaciona con el nivel de satisfacción del servicio en los usuarios del Banco de Crédito del Perú, agencia Huánuco ; el comportamiento del trabajador se relaciona con la calidad de atención al cliente en el Banco de Crédito del Perú Huánuco; el comportamiento del trabajador está en el nivel alto de satisfacción al usuario, por la manera del trato y la amabilidad que brindan a los clientes de la entidad bancaria ;no se cuenta con el suficiente personal para cubrir la demanda siendo esta una de las causas por las que se generan largas colas; trayendo como consecuencia insatisfacción en los clientes y pérdida de tiempo, además que los ambientes en donde esperan no tiene la capacidad adecuada teniendo que esperar en la calle exponiéndose a acontecimientos como el marcaje y como consecuencia el robo.

Chicoma, Chuquitaie, Preciado, & Rivas (2017) En su investigación titulada “Principales factores en la gestión del talento que generan satisfacción laboral en los ejecutivos de atención al cliente de banca personal”: Un estudio basado en los bancos BBVA Continental, Interbank y Banco de Crédito del Perú (BCP) desarrollada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas que tiene como objetivo general : Identificar cuáles son los principales factores de la gestión del talento que generan satisfacción en los ejecutivos de atención al cliente de banca personal y objetivos específicos: Identificar el perfil del ejecutivo de servicio al cliente de banca personal. Investigar si el clima laboral es un factor relacionado directamente con la satisfacción laboral en los ejecutivos de banca personal. Describir qué factores de la cultura organizacional como factor generan satisfacción laboral en los ejecutivos de banca personal. El tipo de investigación fue cualitativa y se concluyó que los ejecutivos tienen un nivel de estrés elevado debido a la alta carga laboral; en las distintas agencias los entrevistados indican que tuvieron un buen equipo de trabajo y sentían apoyo de parte de sus compañeros; se halló que los ejecutivos a pesar de tener carga laboral elevada y estrés constante no cambiarían de lugar de trabajo porque valoran formar parte de empresas de prestigio que les brindan un status social y económico.

Asimismo, los ejecutivos tienen dificultad para llegar a sus metas porque el banco no desarrolla de manera continua capacitaciones sobre conocimiento de producto y técnicas de venta lo que les genera insatisfacción.

La infraestructura es un elemento que motiva a los ejecutivos ya que las oficinas cuentan con equipamiento de alta gama que les brinda confort para realizar sus actividades diarias.

Orellano & Tafur (2018) En su investigación titulada “Nivel de Satisfacción de la Atención al cliente en el restaurante mama Juana” realizada en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo que tiene como objetivo general: Evaluar el nivel de satisfacción de la atención en el restaurante Mama Juana y entre sus objetivos específicos: Diagnosticar la situación actual de la atención al cliente en el restaurante Mama Juana. Analizar el perfil del personal que brinda la atención en el restaurante “Mama Juana” y determinar el nivel de satisfacción de la atención al cliente del restaurante Mama Juana. La metodología utilizada en la investigación tiene un nivel descriptivo con enfoque mixto y diseño No Experimental. El autor concluyó que el personal del restaurante Mama Juana cuenta con actitudes para poder brindar un buen servicio; porque son amables, cortés y empáticos, sin embargo le falta apoyo por parte de los directivos de la empresa para poder fortalecer sus cualidades y poder brindarles a los consumidores el servicio correcto; en cuanto a las características del personal 2 de los 4 colaboradores, son personas no especializadas en cuanto a atención al cliente, puesto que ellos solo cuentan con estudios secundarios.

Así mismo 3 de los 4 colaboradores del establecimiento, no están contratados, es personal que trabaja esporádicamente lo que conlleva a que haya una rotación continua de personal, creando un problema en la atención al cliente puesto que no se puede

seguir un estándar de calidad de servicio ; en cuanto al nivel de la atención al cliente en el restaurante Mama Juana se encontró que los clientes están satisfechos en la siguiente dimensión: cuando el cliente tiene un problema el restaurante muestra un sincero interés en solucionarlo con un 66%; así mismo los trabajadores nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes con un 50%. Por otro lado, se pudo apreciar que el cliente se encuentra insatisfecho: cuando realizan sus transacciones al momento de cancelar en el establecimiento con un 26% y además que el restaurante no concluye la entrega de servicio en el tiempo prometido con un 8%.

Medina (2018) En su investigación titulada Caracterización de la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE Rubro Pollería del Distrito de Vice – Sechura , realizada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote que tiene como objetivo general: Conocer qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice – Sechura, año 2018 y objetivos específicos: Describir los principios que utilizan en la Gestión de calidad en las MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice – Sechura, año 2018. Determinar las prácticas de mejora continua que se emplean en la Gestión de calidad en las MYPE rubro pollerías del Distrito de Vice – Sechura, año 2018. Describir la importancia de la atención al cliente en las MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice – Sechura, año 2018. Identificar las estrategias de mejora en el servicio de atención al cliente en las 9 MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice – Sechura, año 2018.

El tipo de la investigación fue cuantitativa de nivel descriptivo - diseño No experimental. El autor concluyó que según datos obtenidos, el total de la muestra tomada de los trabajadores encuestados, afirmaron que si consideran importante el enfoque al cliente, el 75% de los datos recolectados informó que sí consideran al cliente como una expectativa elevada respecto al servicio; el 75% de los trabajadores sostuvieron que sí consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente, mientras que el 75% de los trabajadores encuestados afirman que si utilizan en la empresa recursos tecnológicos orientados a servir al cliente; el 50% de los trabajadores manifiestan que si tienen una buena relación entre sus compañeros ; el 58% de los empleados se sienten comprometidos con la prestación del servicio al cliente; el 58% de los trabajadores manifestaron que a veces se toman en cuenta las quejas de los clientes; el 50% de los trabajadores afirmaron que a veces realizan el trabajo en forma conjunta al realizar las actividades para brindar el servicio, el 50% los trabajadores indicaron que la empresa si mide la productividad que de una u otra forma ellos realizan sus actividades como se les indica, pero que sin embargo todos realizan actividades diferentes, lo que les permite que cada uno se desempeñe solo, los trabajadores manifestaron que si deben cumplir con estándares de desempeño para que el propietario mida la productividad de sus trabajadores, lo que les permitirá conocer si deben fortalecer más el nivel de desempeño, recurrir a capacitaciones, o por lo mismo a ser incentivados por su desempeño; el 79% de los clientes manifestó que si perciben un ambiente de calidad y profesionalismo.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Gestión de Calidad

Gestión de calidad es el modo en el que una empresa u organización ordena sus procesos a la hora de realizar la planificación, coordinación y la ejecución de acciones que fomente la mejora continua en la empresa y conseguir la satisfacción del cliente. (ISO 9001:2015, 2018) Implementar un Sistema de Gestión de la Calidad es una estrategia de mercado muy beneficiosa, inicialmente se puede realizar una medición de los resultados, comunicación asertiva entre las diferentes áreas de la empresa y una mejora continua.

Al implementar un Sistema de Gestión de la Calidad obtenemos la certificación ISO de la norma 9001:2015 generando beneficios para todas las partes interesadas de la empresa, logrando obtener una mejor imagen de la misma. De esta parte podemos beneficiarnos ya que esto conlleva a nuevas oportunidades de negocio.

Gonzales (2019) Señala que gestión de calidad comprende actividades mediante las que la organización identifica sus objetivos y determina los procesos y recursos requeridos para lograr los resultados deseados. (Maldonado, 2019) Es decir, la gestión de la calidad es la forma de direccionar una empresa, ajustado a la calidad y sostenido en la colaboración de todos los miembros comprometidos con la satisfacción del cliente en mejora de la empresa. En la actualidad se ha convertido en una de las ventajas competitivas más efectivas que una empresa u organización puede poseer, ya que un mejor servicio puede acercar, obtener y mantener clientes, por sentirse satisfechos por su compra o adquisición realizada.

2.2.1.1. Principios de Gestión de Calidad

Liderazgo

El liderazgo es un conjunto de habilidades directivas que una persona tiene para influir en la forma de pensar o de actuar sobre otras, en un determinado equipo de trabajo de tal manera que puede delegar, tomar iniciativa, incentivar y motivar a los miembros que integran el grupo en donde fue asignado a realizar las tareas y cumplir de una forma eficaz las metas. (De Leon, 2018)

La figura de un líder trae beneficios para la empresa como la mejora del rendimiento empresarial, genera un ambiente de trabajo adecuado que permite aumentar la productividad ya que los trabajadores se encuentren contentos y motivados. Un trabajador feliz en su entorno laboral logra los objetivos fijados volviendo más competitiva a la organización. Este punto hace énfasis al protagonismo de la alta dirección, motivando, guiando y dirigiendo la organización hacia la consecución de las metas, incluyendo la participación de todos los miembros de la organización. (Gonzales, 2019)

Compromiso del personal

El compromiso laboral es indispensable para una organización para su correcto y eficiente funcionamiento que va de la mano con el compromiso de las personas que integran la empresa.

La importancia de tener un compromiso laboral establecido en la organización y alineado con sus objetivos ayuda a mantener al personal enfocado y comprometido con la mejora de la organización a la cual pertenecen. (Loza Ancco, 2019)

Las personas son un factor necesario y primordial del éxito o fracaso de los objetivos de la empresa, es de sumo interés que el personal que labora se sienta incluido siendo participe en el desarrollo y ejecución del sistema de gestión de calidad y en general, en la operación de toda la organización de tal, manera que el empleado se identifica con la empresa, incluyendo sus metas y deseos. (Gonzales, 2019)

El compromiso es fomentado desde niveles más altos según el tiempo de trabajar en la organización debido a que el trabajador ha convivido en la organización etapas de su vida y etapas de la empresa donde pudo haber temporadas altas y bajas. El hecho de crecer con la empresa, haber integrado parte de los cambios, permanecer en el trabajo a pesar de los recortes de personal que pudieron aparecer en algún momento y estar en la organización acompañando en el camino hacia el futuro lo hace tener un nivel superior de lealtad y apego en comparación con los empleados con poco tiempo de laborar. (Reyes, 2016)

Enfoque al cliente

Consiste en satisfacer las necesidades de los clientes, tomando en cuenta sus expectativas presentes y futuras. Centrarse en el cliente implica anteponerse a sus necesidades. Los negocios centrados en el cliente promueven una cultura y estructura

empresarial dedicada a mejorar la satisfacción de los clientes y construir relaciones sólidas con ellos (Jimenez, 2020)

Acciones para lograr un enfoque al cliente

- Identificar a los clientes directos e indirectos
- Entender las necesidades y expectativas actuales y futuras de los clientes
- Vincular los objetivos de la empresa con las necesidades de los clientes
- Diseñar, desarrollar, elaborar, entregar y dar sostén a los productos y servicios para cumplir con lo que necesita el cliente
- Realizar seguimiento a la satisfacción del cliente
- Dirigir de manera activa las relaciones con los clientes.

Para adoptar un enfoque al cliente, las empresas deben incrementar métodos y sistemas para saber lo que dicen los clientes y actuar de manera rápida y oportuna sobre esa información. La dirección de la empresa debe ser flexible a estas demandas para seguir las tendencias, asimismo deben anticiparse a las necesidades de los clientes mejorando el estado de los productos y servicios, estando en la vanguardia en este mundo competitivo. Actualmente las empresas actúan con esa metodología para mantener a sus clientes asombrados y de esta manera hacer una organización excelente.

Mejora continua

La mejora continua es un proceso que permite enriquecer el servicio o producto de una organización para establecer seguridad en base a un continuo hallazgo de errores. Asimismo, ayuda a reconocer las restricciones del servicio o producto que se ofrece generando una mejor toma de decisiones de la mano con una constante retroalimentación. Ayuda a desarrollar, perfeccionar y mejorar la calidad de un servicio o producto permitiendo que todos los trabajadores que están involucrados en el proceso participen y lo apliquen. (Poggi, 2018)

La empresa tiene que tener en cuenta todos los resultados del análisis y evaluación, además de la revisión por parte de la dirección. Se tiene que definir si existen necesidades y oportunidades que deben considerarse como parte de la mejora continua de la organización. Asimismo, la empresa tiene que determinar las acciones necesarias e importantes para reconocer las áreas de su organización que cuentan con un bajo rendimiento y oportunidades, utilizando herramientas y técnicas necesarias para investigar las causas que ocasionan ese bajo rendimiento. (Escuela Europea de Excelencia , 2015)

Es un concepto aplicado en las empresas que pretenden mejorar los procesos, productos y servicios. Se basa en la transformación de la actitud general de la organización que quiere una estabilidad del proceso productivo que considere las posibilidades de una mejora. Alcanzar los resultados deseados no es tarea de un día.

Es un proceso que va evolucionando en el cual no puede haber retrocesos, donde se debe cumplir los objetivos de la empresa y proyectarse para los próximos requerimientos más exigentes, de tal manera que se necesita alcanzar rendimientos superiores en el trabajo y en conjunto de toda la organización. (Riquelme, 2020)

Por lo tanto, según Riquelme este proceso es la forma más efectiva para perfeccionar la calidad y eficiencia de las empresas, de tal manera que se implementan sistemas de gestión de la calidad y normas ISO. Es un proceso de cambio, crecimiento y con probabilidades de mejorar es decir es un proceso dinámico que se encuentra en continuo desarrollo, como parte de la naturaleza del universo.

El esfuerzo de mejora continua, es un ciclo constante, a través del cual se reconoce un área de mejora, se planifica cómo realizarla, se implementa, se revisan los resultados y se actúa, ya sea para modificar irregularidades o para plantear otra meta.

Importancia de mejoramiento continuo

- Contribuye en el afianzamiento de las fortalezas y en la mejora de las debilidades de la organización lo que impacta positivamente en la productividad.
- Contribuye en el establecimiento de una imagen más sólida y competitiva en el mercado.
- Facilita la modificación de errores o inconvenientes que se presentan en la organización, basada en el análisis de los procesos que se llevan a cabo.

- El proceso de mejora continua permite una óptima calidad de los productos teniendo en cuenta las necesidades del cliente, adaptándose a sus gustos con la finalidad de lograr su preferencia, aumentar ventas, crecer constantemente en el mercado.
- Guía a la empresa hacia la excelencia, con valores de calidad.
- Es eficaz para realizar cambios positivos para la empresa.
- Minimiza fallas en términos de calidad, lo que permite economizar, ahorrar dinero y esfuerzos.

Características del Proceso de Mejora Continua

- Es continuo, constante y progresivo.
- Incluye todas las actividades llevadas a cabo en la empresa en todos sus niveles.
- Implica inversión, tanto en tecnología avanzada, como maquinaria y equipos eficientes, que permiten el mejoramiento del servicio que se ofrece a los clientes, así como capacitación continua del personal para su mejor desarrollo en sus diferentes áreas.
- Los empleados deben contar con los conocimientos necesarios para comprender las exigencias o requerimientos del cliente, y de tal manera que se logre ofrecer un buen servicio.
- Considera las necesidades, gustos y preferencias del cliente, quienes integran la fuerza que incita a la mejora.

- Establece mejoría permanente de toda la organización, desde el gerente, hasta los trabajadores de los niveles más inferiores. La mejora continua implica el involucramiento y compromiso del personal, tanto individualmente o como integrante del equipo de su área.
- La organización que instauro un proceso de mejora, asume retos, desafíos y está abierta al cambio.
- Comprende análisis de un proceso que permitirá hallar oportunidades de mejora y desarrollar un plan organizado de mejora de calidad.

Ciclo de Implementación del Proceso de Mejora Continua

Planificación:

Es el primer paso del proceso que consta en establecer las metas y objetivos para alcanzar los resultados deseados de acuerdo a las políticas de la organización, teniendo en cuenta los gustos y preferencias del cliente. Para tener un sistema de mejora continua, es necesario habilitar un sistema de información que posibilite la identificación minuciosa y ordenada de oportunidades de mejora para los jefes que conforman la empresa.

Hacer:

Consiste en la implementación y puesta en marcha de los procesos, para resolver los problemas en una escala pequeña, y de esta forma, medir su posible impacto.

La organización extrae aquellos factores del funcionamiento que son deficientes, y evalúan su importancia para la empresa mediante estos pasos:

- a) Para cada fuente de información de la empresa se analizan las deficiencias o fallas importantes.
- b) Para cada deficiencia se debe evaluar su magnitud
- c) Emplear una matriz multicriterio, para priorizar las fallas que se han identificado valorando la importancia de la satisfacción de los clientes y empleados.

Verificación:

Se realiza por medio del seguimiento, medición de cada proceso y los resultados obtenidos respecto a las metas, objetivos, políticas y requerimientos del producto. Es importante que la información que se ha obtenido sea transmitida y difundida con la finalidad de realizar los cambios que son necesarios para la mejora.

Actuar:

Se ejecutan las acciones necesarias para mejorar constantemente basado en toda la información recopilada, de esta manera se encamina a la organización entorno al éxito y la excelencia que se desea.

2.2.1.2. Estrategias De Mejoramiento De Calidad

- Establecer un programa pertinente de capacitación de gestión de calidad y re instrucción a los trabajadores para ofrecer un mejor servicio. Según (Vargas & Farro , 2017) define capacitación como un proceso continuo de enseñanza aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales.

Según Tamez, Abreu, & Garza citados en (Álvarez, Freire, & Gutiérrez, 2017) definen capacitación como una inversión que la empresa desarrolla en el recurso humano deseando una mejora en la producción, brindar un servicio de calidad a sus clientes y solucionar anticipadamente problemas que se presenten dentro de la organización. Es decir, es una actividad estructurada, planificada que otorga conocimientos y favorece el crecimiento de capacidades y actitudes indispensables para el mejor desempeño de los trabajadores, ya sea en sus vigentes o futuros cargos, adaptándose a las exigencias cambiantes del entorno.

- Fortalecer las capacidades o habilidades que cuentan los trabajadores que conforman la empresa. Según (Pérez, 2016) define las capacidades del trabajador como los conocimientos y aptitudes que permiten lograr retos en su puesto de trabajo; una empresa victoriosa está conformada por personas capaces que brindar un valor añadido a la organización más allá de sus

habilidades o capacidades laborales básicas, sobre todo en aquellos puestos gerenciales.

Habilidades laborales de un trabajador

Trabajo en equipo: Cuando un empleado labora con su equipo de trabajo en un ambiente agradable y lo complementa; las actividades planificadas se manifiestan de una forma óptima; es vital que disponga de una aptitud que permita delegar, valorar y aceptar las competencias de sus compañeros.

Asimismo, que cree diálogos constructivos que ayuden en la solución de conflictos y plantee soluciones para todos como equipo, sin preferir sus intereses personales.

Organización: Se refiere a la capacidad de planificar y asumir con responsabilidad el trabajo delegado y tener prioridad sobre asuntos importantes, entregando el trabajo asignado en el tiempo indicado.

Capacidad de análisis de datos y reportes :La información es uno de los medios más significativos para la organización, por tal razón es una de las competencias laborales que se debe tener en cuenta durante el proceso de reclutamiento; es la capacidad que tiene el trabajador para detallar la información que le es proporcionada, asimismo tener la habilidad para elaborar reportes adecuados, que tengan un lenguaje claro y específico.

Habilidad para tomar decisiones: El trabajador debe presentar la capacidad de tener cierta autodeterminación para tomar decisiones que le faciliten solucionar asuntos del trabajo sin tener que asistir a su jefe, es decir ser capaz de proponer soluciones que se determine con su área de trabajo de tal manera que no genere demora en sus actividades y en la organización.

Orientación al cliente: Se trata de obtener un alto potencial para competir en el mercado. Un trabajador con habilidades laborales en atención al cliente que se encargue de cubrir las necesidades de los mismos será productivo dentro de la organización y capaz de obtener mejores resultados.

Creatividad e innovación: Es una capacidad laboral muy significativa para la organización, que permite proponer nuevas herramientas para mejorar sus procesos, y ponerlas en marcha por medio de planes de acción que permitan llevar un control y medir los resultados obtenidos.

Comunicación efectiva: Tener habilidades laborales de comunicación permite mostrar ideas claras, que generan confianza. Los profesionales que poseen talento para expresarse en público son buenos para comunicar y persuadir dentro de una empresa.

- Promover estrategias de marketing para incrementar flujos de venta

Vértice citado (Zaldivar & Urrelo, 2018) señala que el Marketing es una técnica mediante la cual las empresas cubren las necesidades de los clientes, ofreciendo productos y/o servicios que requieren, satisfaciendo así la demanda del mercado y obteniendo beneficios para la empresa.

Es decir, es una disciplina destinada al análisis del comportamiento de los mercados y consumidores, asimismo estudia la gestión comercial de las empresas con la finalidad de captar, conservar y fidelizar a los clientes por medio de la satisfacción de sus necesidades a través de estrategias y herramientas que permiten posicionar al producto en la mente del consumidor. Las acciones del marketing pueden tener una perspectiva de rentabilidad a corto, mediano y largo plazo. (Colmont & Bernardo, 2014)

- Buscar la innovación y el desarrollo de productos que satisfagan las necesidades del cliente. La Innovación de productos no se trata sólo de utilizar la tecnología, es aventajarse a las necesidades del cliente y observar cómo las nuevas tecnologías van a repercutir en la sociedad, empresas y la vida de las personas. La combinación entre diseño, producción, desarrollo y comercialización son fundamentales para tener éxito en innovación (ESIC Business & Marketing School,, 2018)

2.2.2. Atención al cliente

La atención al cliente es el servicio brindado por una empresa que tiene como propósito vincularse con los consumidores y anteponerse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficiente para relacionarse con los clientes ofreciendo orientación apropiada para asegurar el uso adecuado de un producto o servicio. (Urbina & Ortiz, 2019).

La atención, debe ser de calidad y en ella no se debe crear ningún tipo de equivocación, de tal manera que el cliente observe un servicio fiable. (Granizo, 2017). El cliente debe ser el centro de nuestro interés, brindando de manera correcta y ágil el servicio cubriendo sus intereses y expectativas de tal manera que se logre la fidelización para una concurrencia más estable. (Chamorro, 2016). La atención al cliente no es un proceso fácil; exige conocimientos, habilidades y actitudes concretas para ser gestionada de manera eficiente y con calidad.

2.2.2.1. Principios de atención al cliente

Los principios de atención al cliente permiten mejorar, optimizar y asegurar el éxito de una empresa. El adecuado rendimiento de un área se guía por principios básicos. Los principios de atención al cliente son aquellos que posibilitan a un negocio poder responder de forma más óptima en términos de prontitud, precisión, transparencia, accesibilidad y eficiencia. Cada empresa puede organizarlos de forma distinta, de acuerdo a sus necesidades, pero el objetivo es el mismo. (Ortiz, 2020)

Establecer principios de atención al cliente impedirá que los trabajadores tengan actitudes inapropiadas y promoverá las interacciones entre ellos.

Comunicación efectiva y respetuosa

Es fundamental establecer una comunicación sana con los clientes y dirigirse a ellos con respeto asimismo dar a nuestros clientes la información correcta, efectiva y precisa para captar el mensaje de lo que desee realizar al momento de ingresar a la empresa

Comprensión al cliente

El modelo cliente-céntrico consideran a los clientes como el núcleo fundamental y las organizaciones que tienen en cuenta este modelo transmiten el cuidado de la clientela como un activo propio (capital humano) y es justamente este cuidado lo que ayuda a entender lo que desean los clientes.

Asimismo, la empatía juega un papel importante (poner en los zapatos del otro) ya que es vital al momento de querer saber cómo los clientes piensan, planean y ejecutan. Para comprenderlos hay que interactuar, comunicarse con ellos, buscando así una experiencia más personalizada y sólida.

Anticipar necesidades y modos de actuar facilita el manejo de la competitividad. Como en toda relación duradera, existe un cuidado por preservar las partes bajo una acción de confianza y transparencia cuando se conocen verdaderamente. (Hormiga, 2019)

Aplicar estrategias para entender al cliente en el proceso de ventas (prospección, venta y postventa), permite acceder a información importante, no solo para orientarlo en su compra, sino también para brindarle sugerencias y comentarios que permiten ayudar a perfeccionar el servicio y el producto. (Polo, 2015)

Actitud: Según Chiavenato citado en (Alarcon & Neyra, 2018) indica que se trata de saber hacer que ocurra. La actitud emprendedora permite lograr y superar metas, asumir riesgos, intervenir como agente de cambio, agregar valor, llegar a la excelencia y enfocarse en los resultados. Es lo que lleva a la persona a alcanzar la autorrealización de su potencial.

La actitud de un trabajador desempeña un papel fundamental en el rendimiento laboral y productividad de las empresas. Los cambios de actitud positiva contribuyen a perfeccionar en los niveles de experiencia laboral en la carrera del trabajador. Cuando los empleados en su entorno laboral están incentivados se tornan a mantener una actitud favorable que permite tener un ambiente agradable y armonioso dando cabida al desarrollo eficiente y eficaz de los trabajos a realizar diariamente. (Marcos, 2013)

Trabajo en equipo: Es agrupar a un equipo de personas con capacidades, inteligencias, ideas y destrezas con la finalidad de ejecutar tareas para conseguir mejores resultados, la importancia del trabajo en equipo nace por la consideración de que mientras más personas estén comprometidas en llevar a cabo una actividad, son mejores los resultados que se logran. La habilidad de trabajar en conjunto es una capacidad que muchos líderes y reclutadores evalúan hoy en día, ya que se considera

que sostenerse en los demás miembros de la organización y al mismo tiempo brindar lo mejor de cada uno, es la clave para conseguir todo lo que se propone. Finalmente, esta práctica ayuda a aumentar las fortalezas de cada trabajador y miembro que conforma el equipo, brindando lo mejor de sí y complementándose con las ideas de los demás. (Gestión, 2018)

2.2.2.2. Elementos de atención al cliente

Según Blanco citado en (Granizo, 2017) la atención al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa con el fin de que el cliente obtenga los productos necesarios para satisfacer sus necesidades. Sus elementos son:

La Calidad: Según Blanco define Calidad en la atención al cliente como una herramienta estratégica que ofrece un valor adicional a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y obtener la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa. El cliente es el que evalúa la calidad en la atención que recibe donde cualquier sugerencia que realice es fundamental para la mejora de la empresa. Toda acción que presta un servicio debe estar orientada a lograr la satisfacción del cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad calidad, tiempo y precio.

Accesibilidad Las empresas de servicios especialmente deben facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido. La atención al cliente debe ser accesible por lo que es oportuno aperturar diferentes vías como: telefonía, correo electrónico, Facebook de atención de la empresa.

Profesionalidad: Las personas que prestan los servicios deben estar capacitadas, y su actuación debe ser dirigida en todo momento para el logro de los objetivos de la empresa., asimismo siempre hay que enfocarse en la labor que se realiza a diario dando una imagen de responsabilidad frente al cliente y los compañeros de trabajo, evitando las distracciones, ni mucho menos haciendo esperar al cliente por mucho tiempo en las colas.

La Cortesía: El personal que brinda la atención debe mantener, en todo momento un comportamiento amable que muestre respeto al cliente procurar una actitud positiva frente a los clientes, dando una imagen impecable, demostrando buenos modales y sobre todo con una sonrisa en cada atención.

III. HIPÓTESIS

En la presente investigación Gestión de Calidad y Atención al Cliente por ser descriptiva no corresponde la formulación de Hipótesis

Es un enunciado que se propone como base para describir por qué o cómo se produce un fenómeno o conjunto de fenómenos relacionados (Espinoza, 2018)

Las investigaciones descriptivas anticipan el tipo de variables que se espera encontrar en el fenómeno investigado y las diferentes cualidades que ellas presentan, por ello no es necesario establecer hipótesis, ya que solo se trata de mencionar las características de la situación problemática.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

El nivel de la Investigación fue descriptivo se encargó de explicar el fenómeno alrededor del cual se centró el estudio, sin alterar o manipular ninguna de las variables (gestión de calidad y atención al cliente) del fenómeno, limitándose únicamente a la medición y descripción de las mismas. (Mejia, 2020)

El tipo de investigación Cuantitativa; se basó en los aspectos numéricos para investigar, analizar y comprobar datos, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas para obtener resultados. (Neill & Cortez Suárez, 2018)

El tipo de diseño que se aplicó en la investigación fue no experimental donde las variables no fueron afectadas, ni manipuladas por ningún tipo de proceso, hecho por el cual solamente se observó y analizó el fenómeno, tal y como es en su contexto natural. (Mejia, 2020)

Según su prolongación en el tiempo fue de corte transversal ya que se recolectaron datos en un período de tiempo determinado. (Mejia, 2020)

4.2. Población y Muestra

La población bajo estudio estuvo determinada por las MYPES, Comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos -Mercado Plaza Real.

Para la variable Gestión de Calidad se presenta indicadores de población finita y otros de población infinita, dada la orientación de la pregunta: (Ver matriz Indicador – Pregunta).

Según (Arias Gómez, Villasís Keever, & Miranda Novales, 2016) una población es finita cuando sus elementos en su totalidad son cuantificables por el investigador, mientras que en la población infinita no se puede especificar o registrar sus elementos, de quienes la conforman.

Para la variable Atención al cliente en la dimensión Principios se presenta indicadores de población finita y otros de población infinita. En el caso de dimensión Elementos la población es infinita dado la orientación de la pregunta: (Ver matriz Indicador – Pregunta)

Cuadro 1: Fuentes de información

VARIABLE	POBLACION	MUESTRA	FUENTE	DIMENSIONES	PREGUNTAS	
					Trabajadores	Clientes
Gestión de Calidad	Finita	18	Trabajadores	Principios	1	3
				Estrategias	3	1
Atención al Cliente	Infinita	80	Clientes	Principios	1	3
				Elementos	0	4
Total de preguntas					5	11

Muestra

Para las dos variables con población finita la muestra fue de 18 trabajadores. Según (Hernandez , Fernandez , & Baptista, 2014) si los elementos que participan en una investigación son igual o menor de 50, no se requiere de aplicación de medios matemáticos o estadísticos, es decir si $n \leq 50$; consecuentemente $n=18$ trabajadores.

Para el caso de la muestra que vienen de población infinita se aplicó el tamaño muestral no probabilístico por conveniencia, donde los elementos en conjunto con la participación de los dueños contaron con la disponibilidad de clientes a encuestar.

Cabe señalar; según (Lopez & Fachelli, 2015) sostienen que la muestra de una investigación puede ser probabilística o no probabilística. En este estudio se optó por una muestra no probabilística donde los elementos se seleccionaron en base a la apreciación del investigador en función de determinados objetivos propios y particulares. Aquí el procedimiento no se basó en fórmulas de probabilidad, sino que dependió del proceso de toma de decisiones del investigador fundamentado en el criterio de selección según los objetivos de la investigación y decisiones que juegan una función importante para determinar qué unidades iban a formar parte de la muestra. Por lo que en la investigación se tomó una muestra de 80 clientes.

De tal manera, este tipo de muestreo permitió elegir ciertos casos accesibles para ser incluidos en el desarrollo de la información es decir que se utilizó como muestra a los individuos a los que se tuvo fácil acceso, disponibilidad de las personas . (Otzen & Manterola, 2017) y juicio del investigador ya que en medio de la situación actual de pandemia el presidente Martín Vizcarra informó sobre las medidas de aislamiento

social obligatorio expresadas en el Decreto Supremo N.º 044- 2020-PCM y Decreto de Urgencia N.º 026-2020. Un decreto que declara Estado de emergencia nacional por las graves consecuencias que trae el coronavirus. (Montero, 2020)

Cuadro 2 Relación MYPE

Nombre de MYPE	RUC	Dirección	Trabajadores
Boutique "LH"	2XYXYXYXY4	Mercado Plaza real	4
Boutique "LS"	2XYXXYXYX8	Mercado Plaza real	4
Boutique "MS"	2XYXYXYXX3	Mercado Plaza real	3
Boutique "C"	2YCYXYXYX2	Mercado Plaza real	3
Boutique "AS"	2XYXYXYX36	Mercado Plaza real	4
TOTAL			18

Fuente: Elaboración Propia

Criterios de Inclusión y Exclusión

Trabajadores	Criterios de Inclusión
	Jóvenes que oscilan en promedio de 18 a 25 años de edad Residen en Catacaos Género Femenino
	Criterios de Exclusión
	Trabajadores que recién se han incorporado a la empresa
Clientes	Criterios de Inclusión
	Jóvenes que oscilan en promedio de 18 a 28 años de edad Residen en Catacaos Género Femenino
	Criterios de Exclusión
	Clientes nuevos que visitan por primera vez la tienda Personas mayores de 45 años de edad

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Tabla 1 Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFINICION OPERACIONAL	FUENTE	ESCALA	METODOLOGIA
GESTION DE CALIDAD	la gestión de calidad comprende actividades mediante las que la organización identifica sus objetivos y determina los procesos y recursos requeridos para lograr los resultados deseados. (Gonzales, 2019)	Principios de Gestión de Calidad	liderazgo	La dimensión "Principios de gestión de calidad" se medirá con sus indicadores liderazgo, compromiso del personal, enfoque al cliente y mejora continua con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario	Empleado	Nominal	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental transversal Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Población: Estuvo constituido por 05 MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos-Mercado Plaza Real, 2021
			compromiso del personal		cliente		
			Enfoque al cliente		cliente		
			Mejora continua		cliente		
		Estrategias de mejoramiento de calidad	capacitación	empleado			
			capacidades del trabajador	empleado			

			marketing	medirá con sus indicadores capacitación, capacidades del trabajador, marketing, innovación con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	empleado		Muestra: se encuestó a 80 clientes y 18 trabajadores de las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos – Mercado Plaza Real, 2021
			Innovación		cliente		
ATENCION AL CLIENTE	La atención al cliente es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de un servicio. (Urbina & Ortiz, 2019)	Principios de atención al cliente	Comunicación	La dimensión "Principios de atención al cliente "se medirá con sus indicadores comunicación, comprensión al cliente, actitud y trabajo en equipo	cliente	Nominal	
			Comprensión al cliente		cliente		
			Actitud		cliente		
			trabajo en equipo		empleado		
		Elementos de atención al cliente	calidad	La dimensión "Elementos de atención al cliente" se medirá con sus indicadores calidad, accesibilidad, profesionalidad,	cliente		
			accesibilidad				
			Profesionalidad				

			cortesía	profesionalidad, cortesía			
--	--	--	----------	------------------------------	--	--	--

4.4. Técnicas e instrumentos

La encuesta permite para recolectar información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística por ello, se realiza un cuestionario, cuyos datos conseguidos serán procesados con métodos estadísticos. (Westreicher, 2020)

Para el desarrollo de la investigación se empleó la técnica de la encuesta que permitió recaudar datos a través de un cuestionario acorde a las necesidades del estudio y previamente planificado; a partir de una serie de preguntas abiertas y cerradas tipo dicotómicas ya que presentaron dos alternativas de respuesta Si/No ;dirigidas a una muestra representativa tanto de clientes como trabajadores, las cuales fueron entregadas con la finalidad que se resuelvan y nos brinden los datos necesarios y pertinentes para la investigación. Asimismo, nos permitió conocer opiniones y pensamientos de un grupo de personas.

4.5. Plan de Análisis

El análisis de los resultados se efectuó utilizando un programa estadístico por medio de tablas de frecuencia ordenadas con sus respectivas variables en estudio (Gestión de Calidad y Atención al cliente) y sus dimensiones; en dichas tablas de distribución de frecuencia se agregaron los porcentajes de cada pregunta; apoyadas de gráficos de barras a través del programa Excel. Posteriormente los resultados que se obtuvieron se contrastaron con antecedentes y teorías relacionadas al tema de investigación.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 2 Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p>Gestión de Calidad Y Atención al Cliente en Las MYPES Comerciales Rubro Ropa Juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real, Año 2021</p>	<p>General: ¿Cómo es la Gestión de Calidad y atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real al 2021?</p>	<p>General: Describir la importancia de gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos - Mercado Plaza Real, al 2021.</p>	<p>Las investigaciones descriptivas anticipan el tipo de variables que se espera encontrar en el fenómeno investigado y las diferentes cualidades que ellas presentan, por ello no es necesario establecer hipótesis, ya que solo se trata de mencionar las características de la situación problemática. (Espinoza, 2018)</p>	<p>Tipo de investigación: Cuantitativa Nivel de la Investigación: descriptivo Diseño: No experimental - corte transversal</p>
		<p>a) Conocer los Principios de gestión de calidad en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real, al 2021.</p>		
		<p>b) Determinar las estrategias de mejoramiento de calidad en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real al 2021.</p>		
		<p>c) Describir los principios de atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real al 2021.</p>		
		<p>d) Conocer los elementos de la atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos - Mercado Plaza Real al 2021.</p>		

4.7. Principios éticos.

Los criterios éticos que se tomaron en cuenta para la investigación fueron determinados por el Consejo Universitario de ULADECH Católica entre los cuales tenemos: (ULADECH, 2021)

- Principio de protección a las personas; la presente investigación se llevó a cabo con la ayuda de personas que representaron a las MYPES comerciales en estudio, es por ello que se tuvo en cuenta el respeto a la dignidad humana, confidencialidad y la privacidad lo que se evidencia en el encabezado del cuestionario
- Principio de beneficencia y no maleficencia; se cumplió con evitar daños y se maximizó los beneficios de todos los participantes involucrados de tal manera que se brindó aportes a los negocios, empleando estrategias de marketing , capacitación para corregir errores existentes y así puedan brindar un mejor servicio y por lo consiguiente sus niveles de ventas aumenten ; asimismo no se causó ningún tipo de daño hacia la muestra y se contó con la autorización de los responsable de las MYPES intervenidas permitiendo dar credibilidad a la investigación y demostrar su correcta aplicación dentro de la muestra seleccionada.
- Principio de justicia; se actuó con justicia en nuestro trabajo de investigación para evitar malos inconvenientes, de tal manera que los datos obtenidos fueron reales, no copiados, no falseados, no duplicados, los cuales correspondieron a la realidad problemática que se investigó.

- Principio de integridad científica; como investigador se mantuvo la integridad tanto en la elaboración de la investigación como en su desarrollo, sin variar o cambiar la información proporcionada por las personas intervenidas.

- Principio de libre participación y derecho a estar informado; cuando se llevó a cabo la realización de la investigación primero fue necesario informar a las personas sobre el tema de investigación, lo cual fue de interés para ellos, de esta manera me brindaron su participación y apoyo en el desarrollo facilitando información, por su propia voluntad, sin obligar a nadie y de tal manera se realizó un buen planteamiento del proyecto. Lo cual se evidencia en el encabezado del cuestionario

- Principio cuidado del medio ambiente y la biodiversidad; cuidar y respetar el medio ambiente también forma parte de la investigación, es por ello que se evitó algún perjuicio en contra de la naturaleza (ULADECH 2019)

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 3: Características demográficas - trabajadores

CARACTERISTICAS	F	%
GENERO		
Masculino	2	11.1
Femenino	16	88.9
EDAD		
18- 25años	12	66.7
26 - 30 años	5	27.8
Mas de 32 años	1	5.5
GRADO DE INSTRUCCIÓN		
Primaria	3	16.7
Secundaria	13	72.2
Superior	2	11.1

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPES rubro ropa juvenil, año 2021

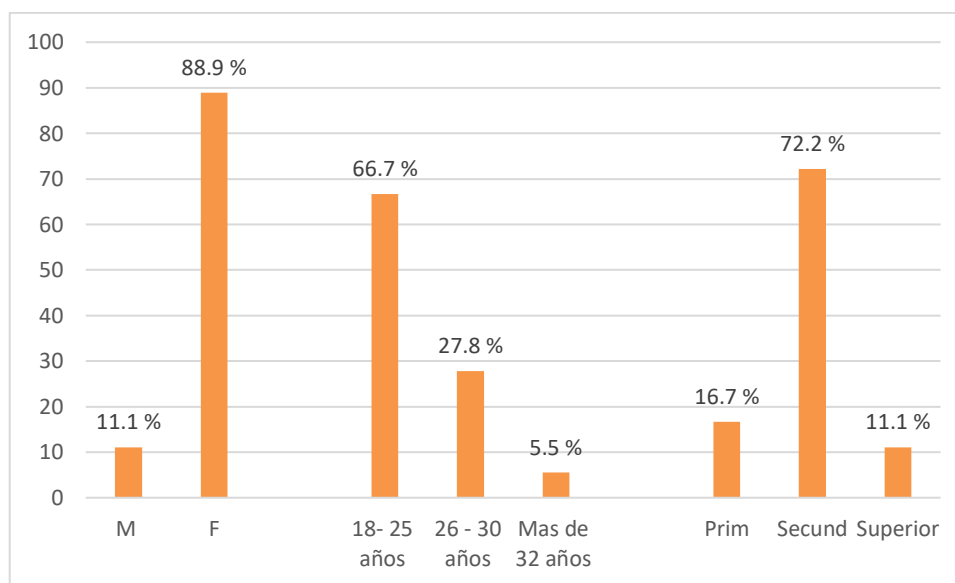


Figura 1: Gráfico de barras que representa las Características Demográficas de los trabajadores

Interpretación: En la tabla 3 y figura 1 denominadas Características Demográficas de los trabajadores se observa que el 88.9% de los encuestados pertenecen al género femenino, asimismo el grado de instrucción está definido por el 72.2 % que han estudiado secundaria y el 66.7 % de los trabajadores oscilan entre 18 a 25 años de edad.

Tabla 4: Características demográficas - clientes

CARACTERISTICAS	F	%
GENERO		
Masculino	4	5
Femenino	76	95
EDAD		
18- 25 años	68	85
26 - 30 años	11	13.7
Mas de 32 años	1	1.3

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES rubro ropa juvenil, año 2021

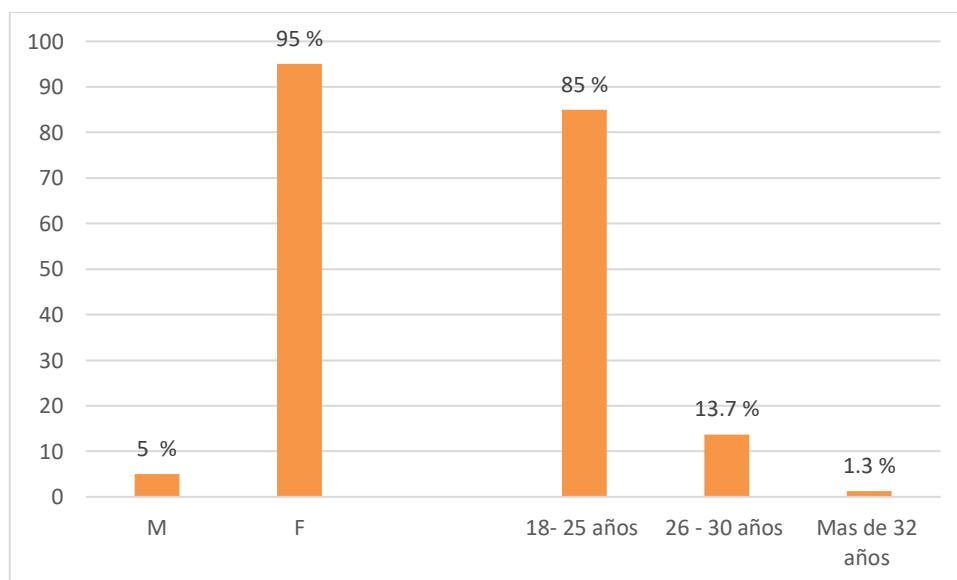


Figura 2: Gráfico de barras que representa las Características Demográficas de los clientes

Interpretación: En la tabla 4 y figura 2 denominadas Características Demográficas de los clientes se observa que el 95% de los encuestados pertenecen al género femenino, y el 85% oscilan entre 18 a 25 años de edad.

Objetivo 1: Conocer los Principios de gestión de calidad en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real al 2021

Tabla 5: Principios de Gestión de Calidad - Cliente

ITEM	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
1 ¿Percibe el compromiso laboral del trabajador cuando presta sus servicios de atención al cliente?	62	77.5	18	22.5	80	100
2 ¿Los productos y servicios brindados superan sus expectativas?	32	40	48	60	80	100
3 ¿Percibe mejoras en los servicios de atención que le brindan como cliente?	44	55	36	45	80	100

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente

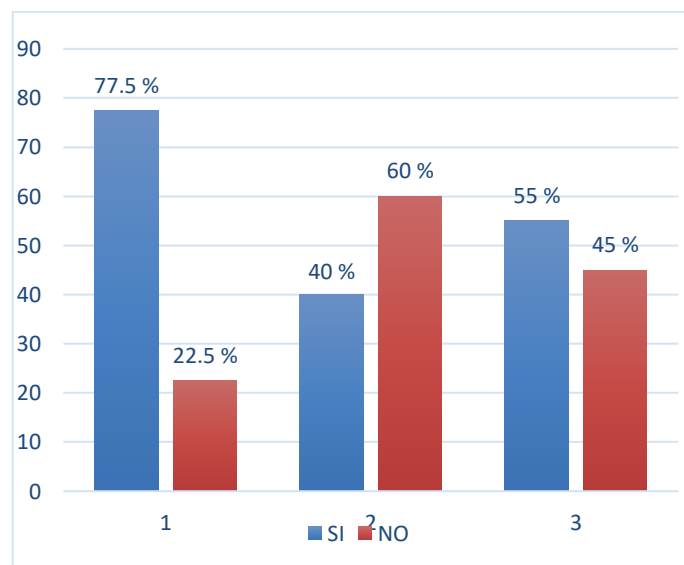


Figura 3: Gráfico de barras que representa los principios de gestión de calidad

Interpretación: En la tabla 5 y figura 3 denominadas principios de gestión de calidad se observa que el 77.5% de los clientes señalan que si se percibe el compromiso laboral del trabajador cuando presta sus servicios de atención al cliente; asimismo el 55% de los clientes señalan que perciben mejoras en los servicios de atención que le brindan como cliente y el 40% de los clientes consideran que los productos y servicios brindados superan sus expectativas.

Tabla 6: Principios de Gestión de Calidad - Trabajador

ITEM	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
1. ¿Su jefe evidencia capacidades de liderazgo?	6	33.3	12	66.7	18	100

Fuente: Cuestionario aplicado al trabajador

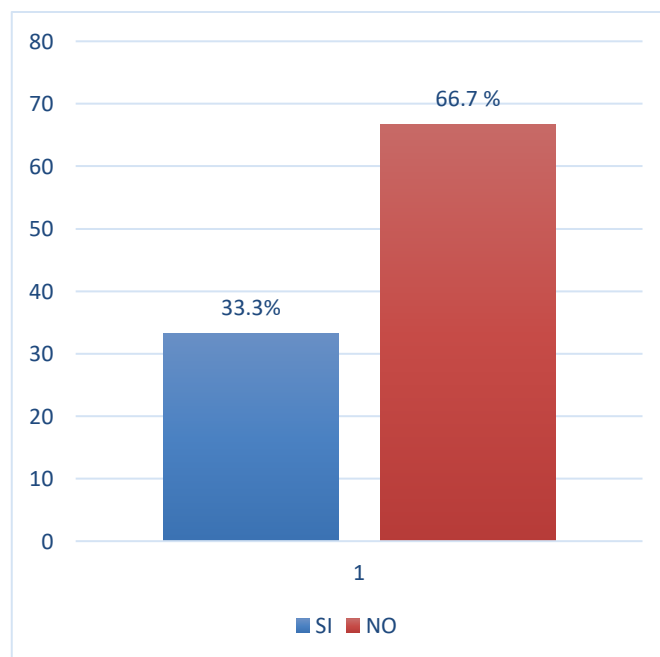


Figura 4: Grafico de barras que representa los principios de gestión de calidad

Interpretación: En la tabla 6 y figura 4 denominadas principios de gestión de calidad se observa que el 33.3% de los trabajadores considera que su jefe evidencia capacidades de liderazgo.

Objetivo 2: Determinar las estrategias de mejoramiento de calidad en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real, al 2021.

Tabla 7: Estrategias de mejoramiento de calidad- trabajador

ITEM	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
1 ¿La empresa lo capacita para brindar un mejor servicio?	8	44.4	10	55.6	18	100
2 ¿En la empresa se preocupan por desarrollar y potenciar sus habilidades para ser más productivos en su área de trabajo?	4	22.2	14	77.8	18	100
3 ¿Las campañas de marketing contribuyen al incremento de sus ventas?	6	33.3	12	66.7	18	100

Fuente: Cuestionario aplicado al trabajador

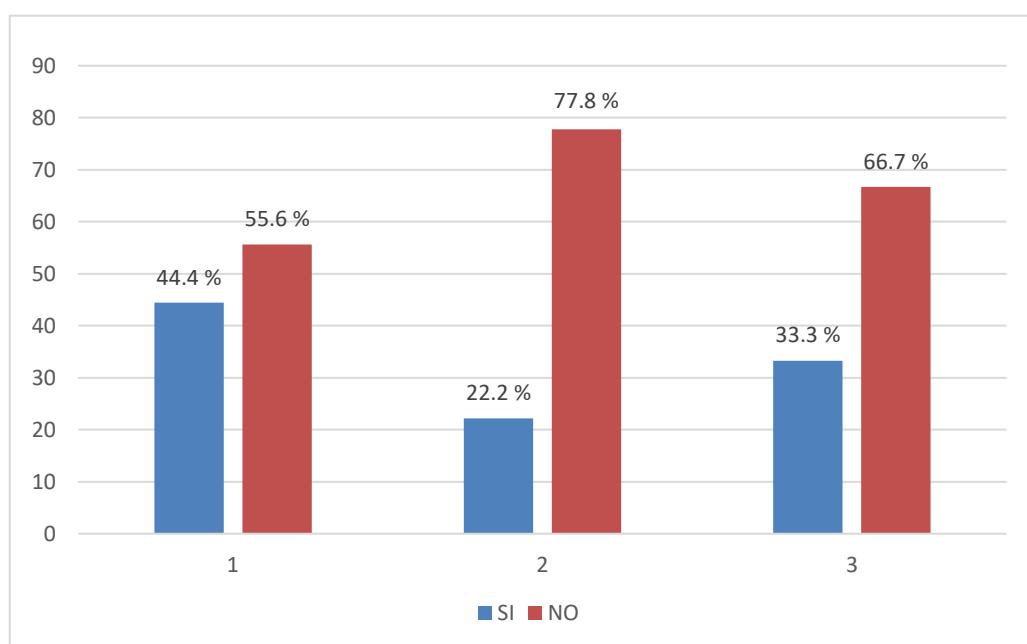


figura 5: Grafico de barras que representa los Estrategias de mejoramiento de calidad

Interpretación: En la tabla 7 y figura 5 denominadas Estrategias de mejoramiento de calidad se observa que el 44.4% de los trabajadores considera que la empresa lo capacita para brindar un mejor servicio, el 33.3% de los trabajadores indican que las campañas de marketing contribuyen al incremento de sus ventas y el 22.2% de los trabajadores señalan que en la empresa se preocupan por desarrollar y potenciar sus habilidades para ser más productivos en su área de trabajo.

Tabla 8: Estrategias de mejoramiento de calidad- cliente

ITEM	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
1 ¿Cuándo visita la tienda de ropa percibe productos nuevos y llamativos?	38	47.5	42	52.5	80	100

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente

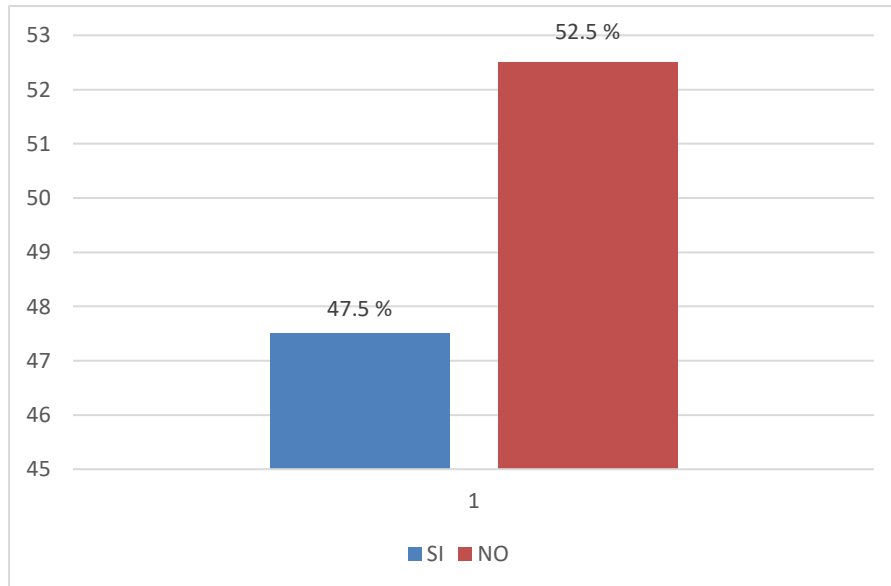


Figura 6: Grafico de barras que representa los Estrategias de mejoramiento de calidad

Interpretación: En la tabla 8 y figura 6 denominadas Estrategias de mejoramiento de calidad se observa que el 47.5% de los clientes consideran que cuándo visitan la tienda de ropa perciben productos nuevos y llamativos.

Objetivo 3: Describir los principios de atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos. Mercado Plaza Real, al 2021.

Tabla 9: Principios de atención al cliente

ITEM	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
1 ¿Es atendido con amabilidad y respeto en el momento de su compra?	60	75	20	25	80	100
2 ¿Comprenden sus preferencias y necesidades para ofrecerle el producto que está buscando?	46	57.5	34	42.5	80	100
3 ¿Es atendido con una buena actitud generando experiencias positivas y agradables?	58	72.5	22	27.5	80	100

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente

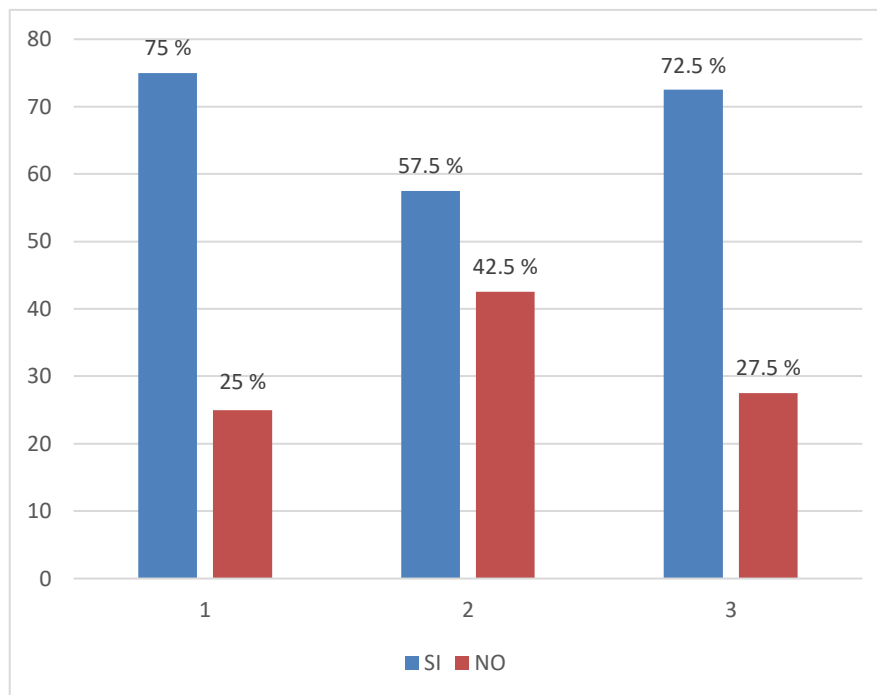


Figura 7: Grafico de barras que representa los principios de atención al cliente

Interpretación: En la tabla 9 y figura 7 denominadas los principios de atención al cliente se observa que el 75% de los clientes considera que es atendido con amabilidad y respeto en el momento de su compra; el 72.5% de los clientes indican que son atendidos con una buena actitud generando experiencias positivas y agradables y el 57.5% de los clientes señalan que comprenden sus preferencias y necesidades para ofrecerle el producto que está buscando.

Tabla 10: Principios de atención al cliente

ITEM	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
1 ¿Cuándo trabajan en equipo cumplen sus metas en menos tiempo?	16	88.9	2	11.1	18	100

Fuente: Cuestionario aplicado al trabajador

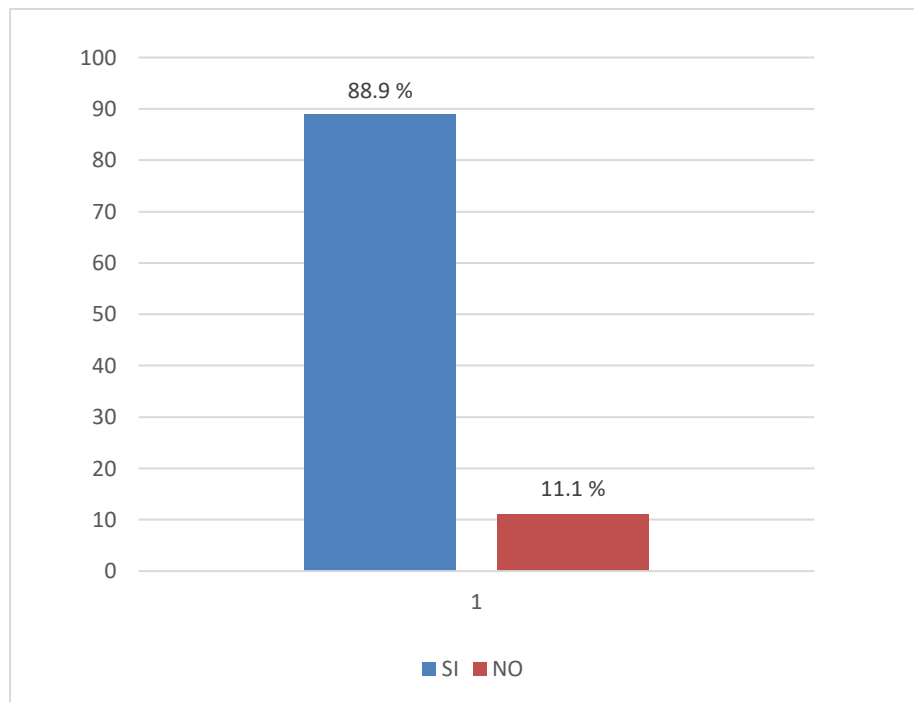


Figura 8: Grafico de barras que representa los principios de atención al cliente

Interpretación: En la tabla 10 y figura 8 denominadas los principios de atención al cliente se observa que y el 88.9% de los trabajadores consideran que cuándo trabajan en equipo cumplen sus metas en menos tiempo

Objetivo 4: Conocer los elementos de atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos – Mercado Plaza Real, al 2021.

Tabla 11: Elementos de atención al cliente

ITEM	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
1 ¿Recibe una atención de calidad en el momento que visita la tienda?	42	52.5	38	47.5	80	100
2 ¿La empresa que visita cuenta con un horario accesible?	14	17.5	66	82.5	80	100
3 ¿El personal que le brinda los servicios es una persona capacitada que le ayuda a resolver sus dudas?	24	30	56	70	80	100
4 ¿Los trabajadores emplean saludos de bienvenida cuando visita la empresa?	72	90	8	10	80	100

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente

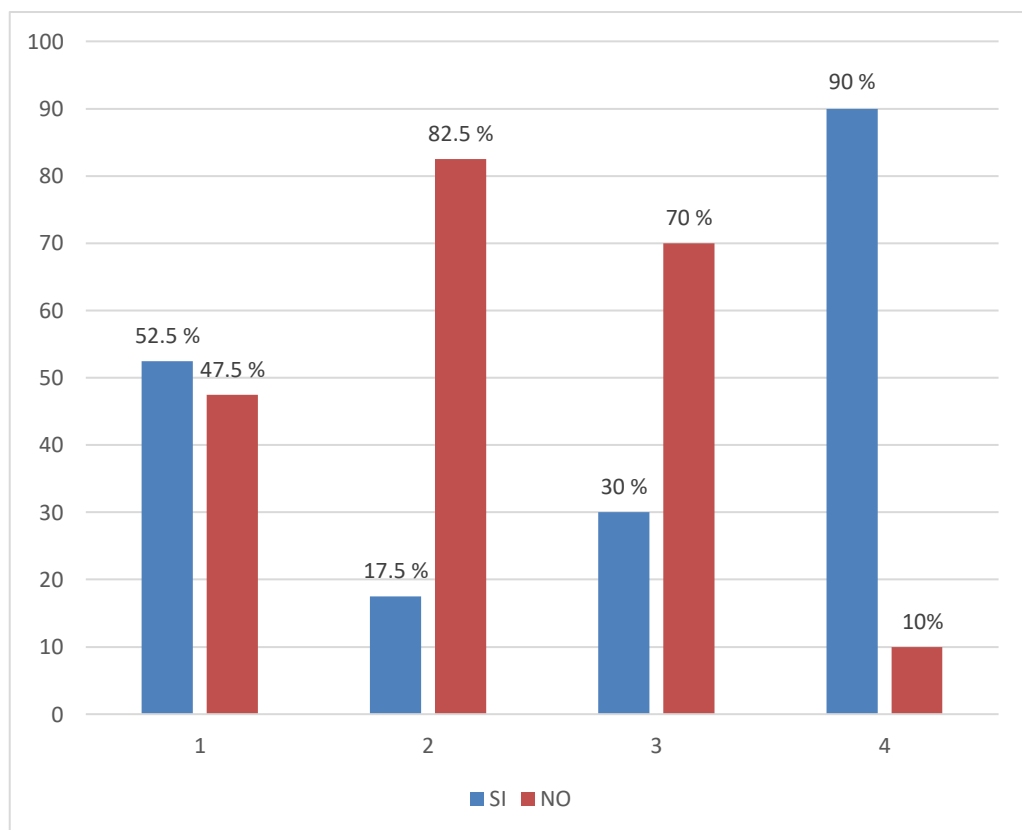


Figura 9: Gráfico de barras que representa los elementos de atención al cliente

Interpretación: En la tabla 11 y figura 9 denominadas los elementos de atención al cliente se observa que el 90% de los clientes señalan que los trabajos emplean saludos de bienvenida cuando visita la empresa , el 52.5% de los clientes señalan que reciben una atención de calidad en el momento que visitan la tienda; ; asimismo el 30% de los clientes indican que el personal que le brinda los servicios es una persona capacitada que le ayuda a resolver sus dudas y el 17.5% de los clientes consideran que la empresa que visitan cuenta con un horario accesible .

Objetivo General: Describir la importancia de gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos – Mercado Plaza Real al 2021.

Tabla 12:Importancia de gestión de calidad y Atención al cliente

ITEM	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
1 ¿Percibe el compromiso laboral del trabajador cuando presta sus servicios de atención al cliente?	62	77.5	18	22.5	80	100
2 ¿Cuándo visita la tienda de ropa percibe productos nuevos y llamativos?	38	47.5	42	52.5	80	100
3 ¿Cuándo trabajan en equipo cumplen sus metas en menos tiempo?	16	88.9	2	11.1	18	100
4 ¿Los trabajos emplean saludos de bienvenida cuando visita la empresa?	72	90	8	10	80	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores y clientes

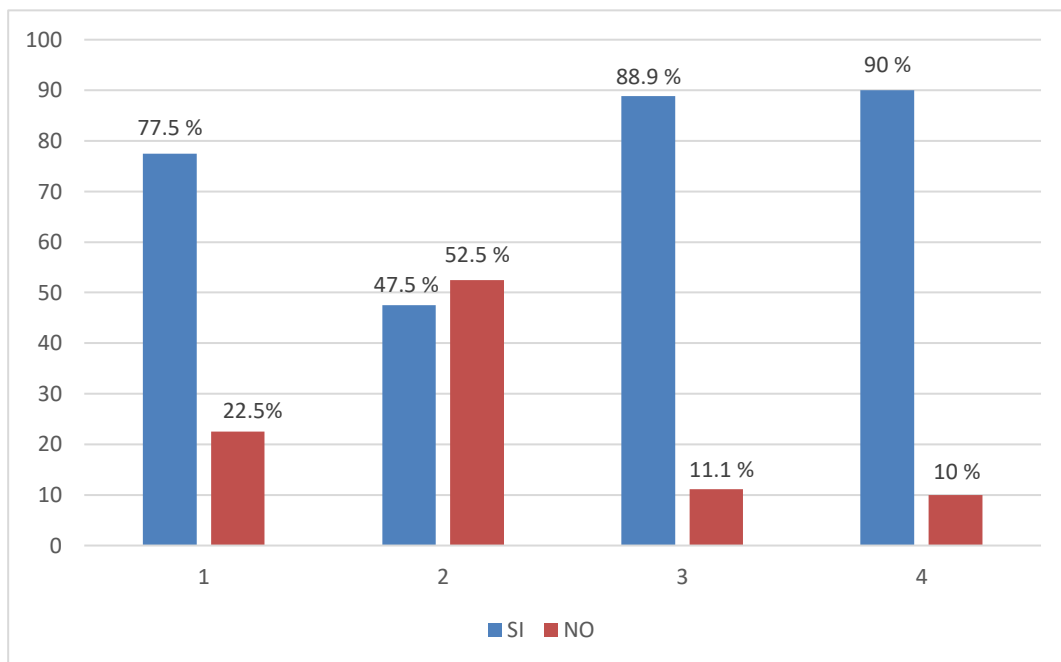


Figura 10: Grafico de barras que representa la importancia de gestión de calidad y Atención al cliente

Interpretación: En la tabla 12 y figura 10 denominadas Importancia de gestión de calidad y Atención al cliente se observa que el 90% de los clientes indican que los trabajos emplean saludos de bienvenida cuando visitan la empresa; el 88.9% de los trabajadores consideran que cuando trabajan en equipo cumplen sus metas en menos tiempo ; asimismo el 77.5% de los clientes perciben el compromiso laboral del trabajador cuando presta sus servicios de atención al cliente y finalmente el 47.5% de los clientes señalan que cuándo visitan la tienda de ropa perciben productos nuevos y llamativos.

5.2. Análisis de Resultados

- En la tabla 3 y figura 1 denominada Características demográficas - Trabajadores se observó que casi el total de las MYPE estudiadas tuvieron el 88.9% como trabajadores a personas de género femenino , siendo similar a la investigación de (Antunez, 2018) que indicó que el 90,0% son de género femenino ; asimismo el 72.2% presentaron grado de instrucción nivel secundario , teniendo una variación con la investigación de (Antunez, 2018) que considero que el 50,0% de trabajadores manifestaron tener un grado de instrucción de nivel secundario y el 66.7 % de las edades de los trabajadores estuvieron entre 18 a 25 años de edad , teniendo diferencias con la investigación de (Antunez, 2018) que determinó que el 60,0% de sus trabajadores tienen de 31 a 50 años de edad.
- En la Tabla 4 y figura 2 denominada Características Demográficas – Clientes el 95% de los clientes son de género femenino , teniendo una variación con la investigación que presentó (Ventura, 2019) donde señala que el 75% de los clientes son de género masculino y el 85% de las edades oscilan entre 18 a 25 años de la mayoría de sus clientes , contrastando con la investigación de (Ventura, 2019) donde determina que el 75% las edades de sus consumidores oscilan entre 30 a 50 años .

- En la tabla 5 y figura 3 denominadas principios de gestión de calidad se observa que el 77.5% de los clientes señalan que perciben el compromiso laboral del trabajador cuando presta sus servicios de atención al cliente; al contrastar con la investigación que realizó (Medina, 2018) quien afirma que el 58% de los empleados si se sienten comprometidos con la prestación del servicio al cliente. Asimismo (Loza Ancco, 2019) indica que la importancia de tener un compromiso laboral establecido en la organización y alineado con sus objetivos ayuda a mantener al personal enfocado y comprometido con la mejora de la organización a la cual pertenecen. El 55% de los clientes señalan que perciben mejoras en los servicios de atención que brindan, siendo opuesto a la investigación de (Andrade, 2017) que señala que un 98% del personal se encuentra comprometido con el proceso de implantación de mejoras continuas para alcanzar el estándar deseado en la producción de calidad. Asimismo (Poggi, 2018) define la mejora continua como un proceso que permite enriquecer el servicio o producto de una organización para establecer seguridad en base a un continuo hallazgo de errores, de esta manera se reconoce las restricciones del servicio o producto que se ofrece generando una mejor toma de decisiones de la mano con una constante retroalimentación. Finalmente, el 40% de los clientes consideran que los productos y servicios brindados superan sus expectativas; teniendo una variación con los resultados de (Arrascue & Segura, 2016) ya que en su investigación obtuvieron que el 75% de los clientes está de acuerdo con el servicio recibido por la clínica ya que supera sus expectativas.

Es pertinente tener en cuenta lo que expresa (Jimenez, 2020) con respecto al enfoque al cliente el cual se basa en satisfacer las necesidades de los clientes, tomando en cuenta sus expectativas presentes y futuras, permitiendo que los negocios promuevan una cultura y estructura empresarial dedicada a la satisfacción de los clientes y construir relaciones sólidas con ellos.

- En la tabla 6 y figura 4 denominadas principios de gestión de calidad se observa que el 33.3% de los trabajadores considera que su jefe evidencia capacidades de liderazgo, teniendo una variación con los resultados de la investigación de (Campos, 2017) donde se obtuvo que el liderazgo es deficiente en los funcionarios de la municipalidad provincial de Abancay, con un porcentaje del 55.0%. Pero (Gonzales, 2019) indica que la figura de un líder trae beneficios para la empresa como la mejora del rendimiento empresarial, genera un ambiente de trabajo adecuado que permite aumentar la productividad ya que los trabajadores se encuentren contentos y motivados.

- En la tabla 7 y figura 5 denominadas Estrategias de mejoramiento de calidad se observa que el 44.4% de los trabajadores considera que la empresa lo capacita para brindar un mejor servicio, lo cual varía con (Arrascue & Segura, 2016) que indica en su investigación que el 66.67% de los clientes está de acuerdo que el personal de la clínica se encuentra capacitado para brindar un servicio seguro y fiable. Tomando más consistencia con el aporte de Tamez, Abreu, & Garza citados en (Álvarez, Freire, & Gutiérrez, 2017) que definen

capacitación como una inversión que la empresa desarrolla en el recurso humano deseando una mejora en la producción, brindando un servicio de calidad a sus clientes y solucionando anticipadamente problemas que se presentan dentro de la organización. El 33.3% de los trabajadores indican que las campañas de marketing contribuyen al incremento de sus ventas, teniendo poca similitud con (Antunez, 2018) que indica que el 50,0% de los trabajadores indican que a veces el marketing ayuda a las ventas. Pero se debe tener en cuenta lo que expone Vértice citado en (Zaldivar & Urrelo, 2018) señalando que el Marketing es una técnica mediante la cual las empresas cubren las necesidades de los clientes, ofreciendo productos y/o servicios que requieren, y de esta manera satisfacen la demanda del mercado y obtienen beneficios para la empresa. Asimismo, el 22.2% de los trabajadores señalan que en la empresa se preocupan por desarrollar y potenciar sus habilidades para ser más productivos en su área de trabajo, produciendo una variación en lo que indica (Pérez, 2016) sobre las capacidades del trabajador como son los conocimientos y aptitudes que permiten lograr retos que puedan traer su puesto de trabajo de una mejor manera; por lo consiguiente una empresa victoriosa está conformada por personas capaces de brindar un valor añadido a la organización.

- En la tabla 8 y figura 6 denominadas Estrategias de mejoramiento de calidad se observa que el 47.5% de los clientes consideran que cuándo visitan la tienda de ropa perciben productos nuevos y llamativos teniendo una variación con la investigación de (Arrascue & Segura, 2016) que indica que el 100 % de los entrevistados está de acuerdo que la clínica cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes. Haciendo hincapié a lo que expone (ESIC Business & Marketing School,, 2018) sobre lo importante que es la innovación en los productos ya que no se trata sólo de utilizar la tecnología, sino de aventajarse a las necesidades del cliente y observar cómo las nuevas tecnologías van a repercutir en la sociedad, empresas y la vida de las personas.

- En la tabla 9 y figura 7 denominadas los principios de atención al cliente se observa que el 75% de los clientes considera que es atendido con amabilidad y respeto en el momento de su compra; confrontado con los resultados en la investigación de (Arrascue & Segura, 2016) que indica que el 88.88 % de los clientes está de acuerdo con el servicio amable y cortés que brinda el personal de la clínica.; resultados que se sostienen en lo que define (Ortiz, 2020) sobre lo fundamental que es establecer una comunicación sana con los clientes y dirigirse a ellos con respeto. El 72.5% de los clientes indican que son atendidos con una buena actitud generando experiencias positivas y agradables coincidiendo con los resultados de la investigación de (Vargas & Farro , 2017) donde expone que el comportamiento del trabajador se relaciona con la calidad de atención al cliente que se brinda en el Banco de Crédito del Perú -Huánuco;

donde dicho comportamiento del trabajador se encuentra en un nivel alto de satisfacción al usuario, por la manera del trato y amabilidad que brindan a los clientes de la entidad bancaria , siendo de esta manera relevante lo que define Chiavenato, citado en (Alarcon & Neyra, 2018) que indica que se trata de saber hacer que ocurra. De esta manera una actitud emprendedora siempre va a permitir que se logre y supere metas, interviniendo como un agente de cambio, asumiendo retos hasta llegar a la excelencia y el 57.5% de los clientes señalaron que comprenden sus preferencias y necesidades para ofrecerle los productos que están buscando; teniendo similitud con el resultado de la investigación de (Arrascue & Segura, 2016) que muestra que el 66.67 % de los clientes está totalmente de acuerdo por la muestra de preocupación que tiene el personal al atender sus intereses como cliente apoyando la definición de (Hormiga, 2019) que hace referencia al modelo cliente-céntrico donde la empatía juega un papel importante (poner en los zapatos del otro) ya que es vital al momento de querer saber cómo los clientes piensan.

- En la tabla 10 y figura 8 denominadas los principios de atención al cliente se observa que el 88.9% de los trabajadores consideran que cuándo trabajan en equipo cumplen sus metas en menos tiempo teniendo relación con la investigación de (Chicoma, Chuquitaipe, Preciado, & Rivas, 2017) que señala que los entrevistados indican que tuvieron un buen equipo de trabajo y sentían apoyo de parte de sus compañeros; estos resultados permiten contrastar con lo que sostiene (Gestión, 2018) donde expresa que agrupar a un equipo de personas con capacidades, inteligencias, ideas y destrezas con la finalidad de

ejecutar tareas ; ayuda a conseguir mejores resultados por este motivo la importancia del trabajo en equipo nace por la consideración de que mientras más personas estén comprometidas en llevar a cabo una actividad, son mejores los resultados que se logran.

- En la tabla 11 y figura 9 denominadas los elementos de atención al cliente se observa que el 90% de los clientes señalan que los trabajadores emplean saludos de bienvenida cuando visita la empresa teniendo resultados similares con la investigación de (Pineda & Ramírez, 2017) donde el 89% considera que entregar un servicio amable ;es un factor que determina el alcance que podría tener la compañía en un futuro, es por ello que realizan algunas encuestas de satisfacción y reciben sugerencias para realizar sus respectivos ajustes y convertirse en las marcas favoritas para los usuarios, de tal manera que es relevante lo que expone Blanco citado en (Granizo, 2017) indicando que el personal que brinda la atención al cliente debe mantener, en todo momento un comportamiento amable que muestre respeto al cliente ; el 52.5% de los clientes señalan que reciben una atención de calidad en el momento que visitan la tienda; contrastando con los resultados de la investigación de (Orellano & Tafur, 2018) que explica que en cuanto a las características del personal 2 de los 4 colaboradores, son personas no especializadas en cuanto a atención al cliente, puesto que ellos solo cuentan con estudios secundarios, creando un problema en la atención al cliente puesto que no se puede seguir un estándar de calidad de servicio, de la misma manera Blanco citado en (Granizo, 2017) hace referencia que la Calidad en atención al cliente es una herramienta

estratégica que ofrece valor adicional a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores. El 30% de los clientes indican que el personal que le brinda los servicios es una persona capacitada que le ayuda a resolver sus dudas. Teniendo una variación con el estudio de (Medina, 2018) que indica que el 79% de los clientes manifestó que, si perciben un ambiente de calidad y profesionalismo, haciendo referencia a lo señala Blanco citado en (Granizo, 2017) donde expresa que las personas que prestan servicios deben estar capacitadas, y su actuación debe ser dirigida en todo momento para el logro de los objetivos de la empresa Y finalmente el 17.5% de los clientes consideran que la empresa que visitan cuenta con un horario accesible siendo todo lo contrario con los datos de la investigación de (Arrascue & Segura, 2016) que arrojan que el 66.67% de los entrevistados están de acuerdo con el horario ya que es flexible para su atención; contribuyendo a lo que expresa Blanco citado en (Granizo, 2017) que la atención al cliente debe ser accesible por lo que es oportuno aperturar diferentes vías como: telefonía, correo electrónico, Facebook de atención de la empresa.

- En la tabla 12 y figura 10 denominadas Importancia de gestión de calidad y Atención al cliente se observa que el 90% de los clientes indican que los trabajadores emplean saludos de bienvenida cuando visitan la empresa teniendo resultados similares con la investigación de (Pineda & Ramírez, 2017) donde el 89% considera que entregar un servicio amable es un factor que determina el alcance que podría tener la compañía en un futuro, es por ello que realizan

algunas encuestas de satisfacción y se reciben sugerencias para realizar sus respectivos ajustes y convertirse en las marcas favoritas para los usuarios. De esta manera es importante tener en cuenta lo que expone Blanco citado en (Granizo, 2017) donde hace referencia a que el personal que brinda la atención debe mantener, en todo momento un comportamiento amable que muestre respeto al cliente. El 88.9% de los trabajadores consideran que cuando trabajan en equipo cumplen sus metas en menos tiempo teniendo relación con la investigación de (Chicoma, Chuquitaie, Preciado, & Rivas, 2017) que señala que los entrevistados indican que tuvieron un buen equipo de trabajo y sentían apoyo de parte de sus compañeros. Y de esta manera se hizo énfasis a lo que indica (Gestión, 2018) donde sostiene que agrupar a un equipo de personas con capacidades, inteligencias, ideas y destrezas con la finalidad de ejecutar tareas ayuda a conseguir mejores resultados, por lo consiguiente la importancia del trabajo en equipo nace por la consideración de que mientras más personas estén comprometidas en llevar a cabo una actividad, son mejores los resultados que se logran. Asimismo, el 77.5% de los clientes perciben el compromiso laboral del trabajador cuando presta sus servicios de atención al cliente, contrastando con la investigación que realizó (Medina, 2018) donde afirma que el 58% de los empleados si se sienten comprometidos con la prestación del servicio al cliente. Asimismo (Gonzales, 2019) expresa que las personas son un factor necesario y primordial del éxito o fracaso de los objetivos de la empresa, siendo de sumo interés que el personal que labora en la organización se sienta incluido siendo partícipe en el desarrollo y ejecución del sistema de gestión de calidad y en general, en la operación de toda la organización y el

47.5% de los clientes señalan que cuándo visitan la tienda de ropa perciben productos nuevos y llamativos, teniendo una variación con la investigación de (Arrascue & Segura, 2016) que indica que el 100 % de los entrevistados está de acuerdo que la clínica cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes; logrando lo que expresa (ESIC Business & Marketing School,, 2018) donde señala que la Innovación de productos no se trata sólo de utilizar la tecnología, sino de aventajarse a las necesidades del cliente y observar cómo las nuevas tecnologías van a repercutir en la sociedad, empresas y la vida de las personas.

VI. CONCLUSIONES

- Los principios de gestión de calidad en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos – Mercado Plaza Real al 2021 se describen a partir de lo que expresan los clientes quienes manifiestan que se evidencia el compromiso laboral que tiene el trabajador; lo que conlleva a considerar que el usuario percibe mejoras en los servicios de atención proporcionando una mayor satisfacción entre estos. Asimismo, es pertinente precisar que los productos que se ofrecen no cubren las expectativas de los consumidores. Esta insatisfacción conlleva a considerar que el jefe presenta una limitada capacidad de liderazgo.
- Las estrategias de mejoramiento de calidad en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos – Mercado Plaza Real al 2021 están determinadas por la falta de innovación en sus prendas lo que ocasiona que sus productos no sean llamativos para el usuario , asimismo la ausencia de capacitación en los trabajadores no permite que brinden un eficiente servicio , repercutiendo en sus niveles de ventas , incluyendo que no se aplican estrategias de marketing para mejorar la realidad de su negocio. Dichas deficiencias mantienen el negocio inestable ante las exigencias de este mundo competitivo donde la prioridad es el buen posicionamiento en el mercado sostenido de miembros que

cuenten con habilidades, y capacidades de respuesta ante cualquier situación que se presente en mejora de la empresa.

- Los principios de atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real al 2021 están relacionados con el trabajo en equipo ya que la unión de personas comprometidas permite lograr mejores resultados en sus actividades diarias, de la mano con la asertiva comunicación que genera agradables relaciones entre los integrantes, propiciando una correcta atención al cliente , satisfaciendo sus expectativas presentes con la comprensión de sus preferencias y necesidades para ofrecerle el producto que está buscando.
- Los elementos de atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real al 2021 están dados por valores de amabilidad , cortesía que emplean los trabajadores cuando prestan sus servicios , proporcionando una atención de calidad, pero muchas veces al contratar personal que no cuenta con la experiencia adecuada para resolver dudas o inquietudes de los consumidores, genera descontento entre los clientes que visitan el negocio , ya que no se brinda respuestas ante cualquier problema o situación que se presenta , asimismo se evidencia que los establecimientos no cuentan con un horario accesible al público , ya que se rigen a un itinerario inestable de apertura y cierre establecido por el dueño , lo que ocasiona que se corte de la vía de comunicación cliente – vendedor.

- La importancia de gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real , al 2021 se determinó a partir de valores de amabilidad , cortesía que emplean los trabajadores cuando prestan sus servicios , estableciendo una adecuada conexión entre los clientes , fomentando de esta manera el compromiso de no solo un trabajador sino de todos los que integran la empresa valorando el trabajo en equipo conformado por personas comprometidas que permiten el logro de mejores resultados en las actividades diarias , a pesar de la existencia de algunos productos que no cubren las expectativas de los clientes .

VII. RECOMENDACIONES

- En los principios de gestión de calidad en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos – Mercado Plaza Real al 2021 se recomienda desarrollar un estudio de mayor satisfacción al cliente, como encuestas, para conocer las necesidades, gustos y preferencias de los clientes, brindando ropa exclusiva y llamativa que cubra sus expectativas en el momento que realiza la compra. Asimismo, la persona encargada de gestionar el negocio debe capacitarse en temas de liderazgo para favorecer la guía y control de los trabajadores que conforman la empresa, apoyándolas para que trabajen con entusiasmo en el logro de objetivos comunes.

- En las estrategias de mejoramiento de calidad en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos – Mercado Plaza Real al 2021 se recomienda renovar prendas que se encuentran en stock para invertir en productos nuevos y llamativos ajustados a las necesidades de los clientes permitiendo contar con una amplia gama de prendas de vestir juveniles ya que los usuarios buscan exclusividad en todo momento , asimismo es necesario implementar programas de formación para capacitar a los trabajadores y contribuir en su desarrollo y logro de los objetivos de la organización, a la vez que permitan desarrollar sus habilidades y capacidades presente en cada uno de los miembros que conforman la organización .

Cabe resaltar que también es necesario diseñar estrategias de marketing que permitan el crecimiento de ventas, reconocimiento de la marca, generando mayor penetración en el mercado.

- En los elementos de atención al cliente en las MYPES comerciales rubro ropa juvenil de Catacaos- Mercado Plaza Real al 2021 es necesario planificar horarios de atención según las necesidades de los clientes, lo que ayudará a manejar mejor el tiempo y garantizar que el servicio que ofrece esté disponible en las horas que los usuarios lo necesiten; siendo de esta manera accesibles para ellos generando puentes de comunicación con los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, V. R. (Noviembre de 2014). *Mejora Continua*. Obtenido de Mejora Continua: <http://www.cmicvictoria.org/wp-content/uploads/2012/06/GU%C3%8DA-MEJORA-CONTINUA.pdf>
- Alarcon, F., & Neyra, W. (2018). Gestion del talento humano y satisfaccion laboral de los trabajadores del Banco Internacional del Peru -INTERBANK, red de tiendas Lima, zona 4. (*Tesis de pregrado*). Universidad Nacional de Educacion, Lima.
- Aldana, P. J. (2013). *COMPROMISO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL ÁREA CENTRAL DE UNA INSTITUCION BANCARIA QUE OPERA EN LA CUIDAD DE GUATEMALA, SEGUN SEXO*. GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN.
- Álvarez, B., Freire, D., & Gutiérrez, B. (2017). Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas Chilenas. (*Tesis de licenciatura*). Universidad de Concepcion, Los Ángeles.
- Andrade, P. A. (2017). Propuesta de un Sistema de Gestion orientado a la mejora continua de los procesos de produccion de la empresa pesquera Centromar S.A. (*Maestria en Administracion de Empresas*). Universidad de Guayaquil, Guayaquil - Ecuador.
- Antunez, M. (2018). Gestion de Calidad bajo el enfoque del marketing estrategico en las Micro y pequeñas empresas en el sector servicios rubro restaurantes de la ciudad de Huarmey. (*Tesis de pregrado*). Universidad Catolica los Angeles Chimbote, Chimbote.
- Arbelaez, V. C., & Hoyos, M. E. (2017). *SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA LA EMPRESA DE VENTA DE ROPA LIZ STYLES*. Pereira- Colombia : <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/16456/SISTEMA%20DE%20GESTI%C3%93N%20DE%20LA%20CALIDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Obtenido de SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA LA EMPRESA DE VENTA DE ROPA LIZ STYLES.
- Arias Gómez, J., Villasís Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la poblacion de estudio . *Revista Alergia México*, 201-206.
- Arrascue, J. E., & Segura, E. B. (2016). Gestion de calidad y su influencia en la satisfaccion del cliente en la clinica de fertilidad del Norte Clinifer. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Señor de Sipan, Pimentel.

- Becerra, V. J. (2019). *Compromiso Laboral en los colaboradores de Tiendas por Departamento Ripley S.A, en el centro comercial MINKA de la Provincia Constitucional del Callao* . Lima.
- Campos, A. J. (2017). *“El liderazgo transformacional y la gestión de calidad de los funcionarios de la municipalidad provincial de Abancay* . Abancay - Peru : https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/31381/campos_aj.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Cañas, R. J. (2018). *“Análisis de La Implementación de un Sistema de Gestión De Calidad bajo la Norma ISO 9001 Versión 2015 En La Empresa Totality Services S.A.S.”*. Bogota.
- Cañete, N. (21 de Marzo de 2020). *Coronavirus:¿Como apoyar desde el sector de fomento a la innovacion y las pymes?* Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo: <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/innovacion-coronavirus-pymes-emprendimientos/>
- Carhuapuma , C., & Guillen, A. (2020). *Impacto de las importaciones textiles Chinas en las empresas de Lima Metropolitana 2018- 2020*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.
- Castro, F. (2019). *“Gestión de calidad y Satisfacción del cliente en las MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura año 2016”*. (Tesis de pregrado). Universidad Catolica Los Angeles Chimbote, Piura.
- Chamorro, S. (14 de Abril de 2016). *Las 10 claves para mejorar la atención al cliente de tu empresa*. Obtenido de Las 10 claves para mejorar la atención al cliente de tu empresa: <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>
- Chicama, F., Chuquitaipé, M., Preciado, S., & Rivas, M. (2017). Principales factores en la gestión del talento que generan satisfacción laboral en los ejecutivos de atención al cliente de banca personal :Un estudio basado en los bancos BBVA Continental, Interbank y Banco de Crédito del Perú (BCP). (Tesis de pregrado). Universidad Perusans de Ciencias Aplicadas, Lima.
- Colmont, V. M., & Bernardo, L. T. (2014). *Plan estratégico de marketing para el mejoramiento de las ventas de la empresa Mizpa S.A Distribuidora de tableros de madera para construcción y acabados en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil - Ecuador .
- Comex Peru. (05 de Junio de 2020). *LAS MYPE PERUANAS EN 2019 Y SU REALIDAD ANTE LA CRISIS*. Obtenido de LAS MYPE PERUANAS EN 2019 Y SU REALIDAD ANTE LA CRISIS: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-mype-peruanas-en-2019-y-su-realidad-ante-la->

crisis#:~:text=De%20acuerdo%20con%20cifras%20de,lo%20que%20equivale%20a%20un

- Comex, P. (03 de Julio de 2020). *Sector textil no se soluciona ni con aranceles ni con salvaguardias*. Obtenido de Sector textil no se soluciona ni con aranceles ni con salvaguardias: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/problematika-del-sector-textil-no-se-soluciona-ni-con-aranceles-ni-con-salvaguardias>
- De Leon, P. (2018). *Liderazgo y Empoderamiento. (Tesis de Grado)*. Universidad Rafael Landivar, Quetzaltenango.
- Deza, J. P. (12 de Febrero de 2019). En Peru los negocios cierran porque no son competitivos ¿Como para la mortandad empresarial? (E. p. Perú, Entrevistador)
- Escuela Europea de Excelencia . (2015). *Mejora Continua* . Obtenido de Norma ISO 9001:2015: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/10-3-mejora-continua/>
- ESIC Business & Marketing School,. (Abril de 2018). *Innovación de productos: cómo hacerlo*. Obtenido de Innovación de productos: cómo hacerlo: <https://www.esic.edu/rethink/tecnologia/innovacion-de-productos-como-hacerlo>
- Espinoza, F. E. (2018). La hipótesis en la. *Mendive - revista de educacion*, 139.
- Gestión. (30 de Noviembre de 2018). ¿Por qué es importante trabajar en equipo? *¿Por qué es importante trabajar en equipo?*
- Gonzales, B. J. (2019). Propuesta de Implementacion de un sistema de gestion de calidad en la empresa Sociedad Inmobiliaria Hurtado Limitada bajo la normativa ISO 9001:2015. *(Tesis para optar titulo de ingeniero civil)*. Universidad Austral de Chile, Chile.
- Granizo, O. (2017). Gestion administrativa y atencion al cliente en el area de identidad de RENIEC. *(Tesis de pregrado)*. Universidad Cesar Vallejo, Lima.
- Gregor, M. M. (27 de Abril de 2020). Reactiva (el otro) Perú. *Gestion*. Obtenido de Covid 19 en el Perú: El impacto en las Mypes: <https://economieverde.pe/covid-19-en-el-peru-el-impacto-en-las-mypes>
- Hernandez , R., Fernandez , C., & Baptista, M. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES.
- Honores, S. (2018). "Gestión De Calidad Y Atención al Cliente en Las MYPES del Sector Comercio-Rubro Venta de Ropas para Caballeros, del Distrito De Huaral 2018". *(Tesis de Pregrado)* . Universidad Catolica Los Angeles Chimbote, Huaral.
- Hormiga, S. (27 de Agosto de 2019). *Más allá de conocer, debes comprender a tu cliente*. Obtenido de Marketing Directo : <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/mas-alla-conocer-debes-comprender-cliente>

- ISO 9001:2015. (10 de Julio de 2018). *¿Conoce los conceptos básicos de la gestión de calidad?* Obtenido de ¿Conoce los conceptos básicos de la gestión de calidad?: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/07/conoce-conceptos-basicos-gestion-de-calidad/>
- Jimenez, D. (28 de Setiembre de 2020). *¿Como construir una organizacion con enfoque al cliente?* Obtenido de ¿Como construir una organizacion con enfoque al cliente?: <https://www.pymesycalidad20.com/como-construir-organizacion-enfoque-al-cliente-necesitas-saber-pdf.html>
- John Kotter. (21 de Julio de 2009). *Cambio y Liderazgo*. Obtenido de Cambio y Liderazgo: <http://gerenciaycambio.blogspot.com/2009/07/john-kotter-cambio-y-liderazgo-1.html>
- Kanematsu, G. J. (2019). *Gestion de la calidad en atencion al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio ,rubro boutiques para caballeros del centro de la ciudad de Huacho .* Huacho .
- Lloréns, M. F., & Fuentes, F. M. (2005). *Gestión de la calidad empresarial*. Piramide .
- Lopez , P., & Fachelli, S. (2015). *Metodologia de la Investigacion social Cuantitativa*. Barcelona - España : Creative Commons.
- Loza Ancco, D. (2019). *Compromiso laboral de los trabajadores*. Arequipa.
- Maldonado, F. P. (2019). *Gestion de la calidad del servicio y satisfaccion .* Cajamarca.
- Marchan, J. M. (2019). *Caracterizacion de Gestion de calidad y Marketing mix de las MYPES del sector comercio,rubro tienda de panaderia y pasteleria del Distrito de Tumbes*. Tumbes.
- Marcos, R. L. (21 de Mayo de 2013). *Porque es importante una buena actitud y aptitud en el desarrollo profesional*. Obtenido de Porque es importante una buena actitud y aptitud en el desarrollo profesional: <https://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/05/21/porque-es-importante-una-buena-actitud-y-aptitud-en-el-desarrollo-profesional/>
- Medali, C. C. (2016). *“Gestión de calidad y Satisfacción del cliente en las MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura año 2016”*. Piura.
- Medina, M. (2018). *Caracterizacion de la Gestion de calidad y Atencion al cliente en las MYPE rubro polleria del Distrito de Vice- Sechura. (tesis de pregrado)*. Universidad Catolica Los Angeles Chimbote, Piura.
- Mejia, J. T. (27 de Agosto de 2020). *Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*. . Obtenido de Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos. : <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>.

- Mendoza, L. (2020). *Impacto economico por Covid- 19 en el primer semestre del 2020 a MYPES de Lima Metropolitana*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.
- MINCETUR. (22 de Marzo de 2020). *COVID-19: Gobierno crea fondo de apoyo empresarial a las MYPE*. Obtenido de COVID-19: Gobierno crea fondo de apoyo empresarial a las MYPE: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/109808-covid-19-gobierno-crea-fondo-de-apoyo-empresarial-a-las-mype>
- Montalban, F. J. (2018). "Caracterización de Gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del AA.HH. almirante Miguel Grau Piura año 2018". (*Tesis de pregrado*). Universidad Catolica Los Angeles Chimbote, Piura.
- Montero, R. (4 de Junio de 2020). Normas Legales. *El Peruano* .
- Moreno, D. J. (2014). "Análisis de Calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil". Guayaquil.
- Neill, D. A., & Cortez Suárez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala - Ecuador: UTMACH,.
- Noreña, D. (08 de Enero de 2019). El futuro de las MYPES. *Gestion*.
- Orellano , J., & Tafur, D. (2018). Nivel de satisfaccion de la atencion al cliente en el restaurant MAama Juana. (*Tesis de pregrado*). Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- Ortiz, J. (30 de julio de 2020). *Principios de atención del cliente que mejorarán tu servicio*. Obtenido de Hubsop: <https://blog.hubspot.es/service/principios-atencion-cliente>
- Ospina, P. S. (2015). "Calidad De Servicio Y Valor En El Transporte Intermodal De Mercancías" . Valencia , España.
- Otzen & Manterola. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Obtenido de Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Pérez, O. (27 de Junio de 2016). *7 competencias laborales muy valoradas por las empresas*. Obtenido de 7 competencias laborales muy valoradas por las empres: <https://blog.peoplenext.com.mx/7-competencias-laborales-muy-valoradas-por-las-empresas>
- Pineda, D., & Ramírez, P. (2017). Medición del servicio y atención al cliente de los prestadores de servicios turísticos del municipio de Restrepo, Meta - Colombia. (*Tesis de pregrado*). Universidad de los Llanos, Colombia.
- Poggi, G. K. (2018). *Implementación de un plan de mejora continua para aumentar la satisfaccion del cliente en la empresa Distribuidora Capistrano S.A.C*. Lima - Peru :

<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2068/TITULO%20-%20Kathya%20Milagros%20Poggi%20Garc%c3%ada.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Polo, M. D. (11 de Julio de 2015). *Comprender al cliente: mira a través de sus ojos*. Obtenido de Comprender al cliente: mira a través de sus ojos: <https://www.emprender-facil.com/comprender-al-cliente/>

Ramírez, J. C. (20 de Agosto de 2020). *BBVA*. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/pe/que-puede-ayudar-a-las-pymes-a-reactivarse-en-epocas-de-la-covid-19/>

Reyes, A. L. (2016). *"Relación entre compromiso laboral y personalidad de los colaboradores del Área operativa de una empresa productora de alimentos de la Costa Sur."*. ESCUINTLA.

Riquelme, M. (12 de Abril de 2020). *Mejora Continua (proceso, importancia y características)*. Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/mejora-continua/>

Samaniego, G. (12 de Marzo de 2020). *Plan de negocios Peru*. (Planner, Editor) Obtenido de Pasos para calcular el tamaño de muestra: <https://plandenegociosperu.com/2020/03/calcular-el-tamano-de-muestra/>

Seminario, K., & Torres, E. (2018). Diagnostico del Sector textil de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES) en el distrito de la Victoria- Lima. (*Tesis de pregrado*). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima.

ULADECH. (13 de Enero de 2021). *Codigo de Etica para la Investigacion*. Obtenido de <https://web2020.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2020/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v004.pdf>

Urbina, C. I., & Ortiz, G. K. (2019). *El servicio en la atención al cliente como una estrategia de marketing*. Managua, Nicaragua.

Vargas, L., & Farro, C. (2017). Calidad de atención al cliente y su relación con el nivel de satisfacción del servicio en clientes del Banco de Crédito del Perú. (*Tesis de pregrado*). Universidad Nacional Hermilio Valdizan, Huanuco.

Ventura, E. Y. (2019). *Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018*. Chimbote.

Westreicher, G. (23 de Febrero de 2020). *Encuesta*. Obtenido de Encuesta: <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

Zaldivar, S., & Urrelo, J. (2018). Gestion de Marketing y satisfaccion de los clientes de la empresas Nor Peruana S.A Tarapoto. (*Tesis de Pregrado*). Universidad Nacional de San Martin, Tarapoto.

ANEXOS

Cuestionario

Cuestionario dirigido al cliente



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

¡Buenos días!, Me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro ropa juvenil Catacaos – Mercado Plaza Real, año 2021, por ello acudo a Ud, con el fin que responda a preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud, considere más oportuna. Su participación en la investigación es 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, los que se publicaran en el repositorio de la universidad. Su participación es muy valiosa y se le agradece por el apoyo brindado.

Datos demográficos

Edad:

Estado civil:

Género:

Nivel de estudios

Tipo de persona: Natural

-
1. ¿Percibe el compromiso laboral del trabajador cuando presta sus servicios de atención al cliente?

Si ()

No ()

2. ¿Los productos y servicios brindados superan sus expectativas?

Si ()

No ()

3. ¿Percibe mejoras en los servicios de atención que le brindan como cliente?
Si () No ()
4. ¿Cuándo visita la tienda de ropa percibe productos nuevos y llamativos?
Si () No ()
5. ¿Es atendido con amabilidad y respeto en el momento de su compra?
Si () No ()
6. ¿Comprenden sus preferencias y necesidades para ofrecerle el producto que está buscando?
Si () No ()
7. ¿Es atendido con una buena actitud generando experiencias positivas y agradables?
Si () No ()
8. ¿Recibe una atención de calidad en el momento que visita la tienda?
Si () No ()
9. ¿La empresa que visita cuenta con un horario accesible?
Si () No ()
10. ¿El personal que le brinda los servicios es una persona capacitada que le ayuda a resolver sus dudas?
Si () No ()
11. ¿Los trabajadores emplean saludos de bienvenida cuando visita la empresa?
Si () No ()

Cuestionario dirigido al trabajador



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

¡Buenos días!, Me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro ropa juvenil Catacaos – Mercado Plaza Real, año 2021, por ello acudo a Ud, con el fin que responda a preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud, considere más oportuna. Su participación en la investigación es 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, los que se publicaran en el repositorio de la universidad. Su participación es muy valiosa y se le agradece por el apoyo brindado.

Datos demográficos

Edad:

Estado civil:

Género:

Nivel de estudios

Número de trabajadores

1. ¿Su jefe evidencia capacidades de liderazgo?

Si ()

No ()

2. ¿La empresa lo capacita para brindar un mejor servicio?

Si ()

No ()

3. ¿En la empresa se preocupan por desarrollar y potenciar sus habilidades para ser más productivos en su área de trabajo?

Si ()

No ()

4. ¿Las campañas de marketing contribuyen al incremento de sus ventas?

Si ()

No ()

5. ¿Cuándo trabajan en equipo cumplen sus metas en menos tiempo?

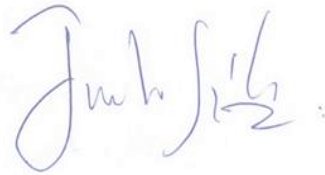
Si ()

No ()

Validaciones

Ítems relacionados con Gestión de Calidad y Atención al cliente	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
¿Su jefe evidencia capacidades de liderazgo?	X			X		X		X
¿Percibe el compromiso laboral del trabajador cuando presta sus servicios de atención al cliente?	X			X		X		X
¿Los productos y servicios brindados superan sus expectativas?	X			X		X		X
¿Percibe mejoras en los servicios de atención que le brindan como cliente?	X			X		X		X
¿La empresa lo capacita para brindar un mejor servicio?	X			X		X		X
¿En la empresa se preocupan por desarrollar y potenciar sus habilidades para ser más productivos en su área de trabajo?	X			X		X		X
¿Las campañas de marketing contribuyen al incremento de sus ventas?	X			X		X		X
¿Cuándo visita la tienda de ropa percibe productos nuevos y llamativos?	X			X		X		X
¿Es atendido con amabilidad y respeto en el momento de su compra?	X			X		X		X
¿Comprenden sus preferencias y necesidades para ofrecerle el producto que está buscando?	X			X		X		X

¿Es atendido con una buena actitud generando experiencias positivas y agradables?	X			X		X		X
¿Cuándo trabajan en equipo cumplen sus metas en menos tiempo?	X			X		X		X
¿Recibe una atención de calidad en el momento que visita la tienda?	X			X		X		X
¿La empresa que visita cuenta con un horario accesible?	X			X		X		X
¿El personal que le brinda los servicios es una persona capacitada que le ayuda a resolver sus dudas?	X			X		X		X
¿Los trabajadores emplean saludos de bienvenida cuando visita la empresa?	X			X		X		X



Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
CLAD:05461

Constancia de Validación

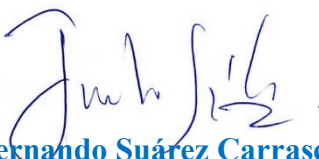
Yo, Fernando Suárez Carrasco, identificado con DNI N°02616283

Magister en Administración:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por Carmen Beatriz Temoche Zapata, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: Gestión de Calidad y Atención al cliente en las MYPES Comerciales Rubro ropa juvenil de Catacaos, Año 2021, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados

Piura, marzo del 2021


Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
CLAD:05461

VALIDACION

Items relacionados con Gestion de Calidad	¿Es pertinente con el concepto ?		¿Necesita mejorar la redaccion ?		¿Es tendencioso, aquiescente		¿Se necesita mas items para medir el concepto ?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
¿Su jefe evidencia capacidades de liderazgo?	X			X		X		X
¿Percibe el compromiso laboral del personal cuando presta sus servicios de atención al cliente?	X			X		X		X
¿Los productos y servicios brindados superan tus expectativas?	X			X		X		X
¿Percibe mejoras en los servicios de atención que le brindan como cliente?	X			X		X		X
¿La empresa lo capacita para brindar un mejor servicio ?	X			X		X		X
¿En la empresa se preocupan por desarrollar y potenciar sus habilidades para ser más productivos en su área de trabajo?	X			X		X		X
¿Las campañas de marketing contribuyen al incremento de sus ventas?	X			X		X		X
¿Cuándo visitas la tienda de ropa percibe productos nuevos y llamativos?	X			X		X		X



 VICTOR HELIO PATRINO

 RUC: CLAD-42348

Items relacionados con Atencion al cliente	¿Es pertinente con el concepto ?		¿Necesita mejorar la redaccion ?		¿Es tendencioso, aquiescente		¿Se necesita mas items para medir el concepto ?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
¿Es atendido con amabilidad y respeto en el momento de su compra?	X			X		X		X
¿Comprenden sus preferencias y necesidades para ofrecerle el producto que está buscando?	X			X		X		X
¿Es atendido con una buena actitud generando experiencias positivas y agradables?	X			X		X		X
¿Cuándo trabajan en equipo cumplen sus metas en menos tiempo?	X			X		X		X
¿Recibe una atencion de calidad en el momento que visita la tienda?	X			X		X		X
¿ La empresa que visita cuenta con un horario accesible?	X			X		X		X
¿El personal que le brinda los servicios es una persona capacitada que le ayuda a resolver sus dudas ?	X			X		X		X
¿Los trabajadores emplean saludos de bienvenida cuando visita la empresa ?	X			X		X		X



 VICTOR HELIO PATRÍCIO
 RUC: CLAD-02148

Constancia de Validación

Yo, VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO identificado con DNI 02860873, MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por **Carmen Beatriz Temoche Zapata**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: Gestión de Calidad y Atención al cliente en las MYPES Comerciales Rubro ropa juvenil de Catacaos, Año 2021, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados

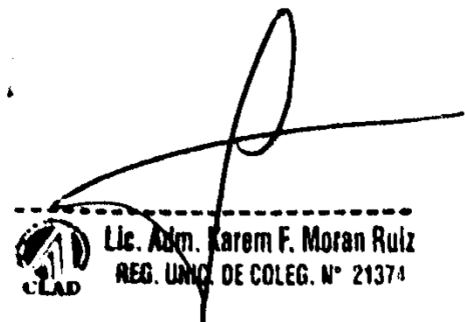
Piura, 11 de Marzo del 2021.



Victor Helio Patiño Niño
Mg. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO
RUC: CLAD-02348

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con Gestión de Calidad y Atención al cliente	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencia, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
¿Su jefe evidencia capacidades de liderazgo?	X			X		X		X
¿Percibe el compromiso laboral del trabajador cuando presta sus servicios de atención al cliente?	X			X		X		X
¿Los productos y servicios brindados superan sus expectativas?	X			X		X		X
¿Percibe mejoras en los servicios de atención que le brindan como cliente?	X			X		X		X
¿La empresa lo capacita para brindar un mejor servicio?	X			X		X		X
¿En la empresa se preocupan por desarrollar y potenciar sus habilidades para ser más productivos en su área de trabajo?	X			X		X		X
¿Las campañas de marketing contribuyen al incremento de sus ventas?	X			X		X		X
¿Cuándo visita la tienda de ropa percibe productos nuevos y llamativos?	X			X		X		X
¿Es atendido con amabilidad y respeto en el momento de su compra?	X			X		X		X
¿Comprenden sus preferencias y necesidades para ofrecerle el producto que está buscando?	X			X		X		X
¿Es atendido con una buena actitud generando experiencias positivas y agradables?	X			X		X		X
¿Cuándo trabajan en equipo cumplen sus metas en menos tiempo?	X			X		X		X

¿Recibe una atención de calidad en el momento que visita la tienda?	X			X		X		X
¿La empresa que visita cuenta con un horario accesible?	X			X		X		X
¿El personal que le brinda los servicios es una persona capacitada que le ayuda a resolver sus dudas?	X			X		X		X
¿Los trabajadores emplean saludos de bienvenida cuando visita la empresa?	X			X		X		X




Lic. Adm. Karen F. Moran Ruiz
REG. UNIC. DE COLEG. N° 21374

Constancia de Validación

Yo, Karen Fabiola Moran Ruiz, identificado con DNI N° 46686374

Magister en Administración:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por Carmen Beatriz Temoche Zapata, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: Gestión de Calidad y Atención al cliente en las MYPES Comerciales Rubro ropa juvenil de Catacaos, Año 2021, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados

Piura, marzo del 2021



Dr. Adm. Karen F. Moran Ruiz
REG. UNIC. DE BOLEG. N° 21374

Matriz indicador pregunta

VARIABLE	DIMENCIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	FUENTE	ESCALA
GESTION DE CALIDAD	Principios de Gestión de Calidad	liderazgo	¿Su jefe evidencia capacidades de liderazgo?	Empleado	Nominal
		Compromiso del personal	¿Percibe el compromiso laboral del trabajador cuando presta sus servicios de atención al cliente?	cliente	
		Enfoque al cliente	¿Los productos y servicios brindados superan sus expectativas?	cliente	
		Mejora continua	¿Percibe mejoras en los servicios de atención que le brindan como cliente?	cliente	
	Estrategias de mejoramiento de calidad	capacitación	¿La empresa lo capacita para brindar un mejor servicio?	empleado	
		Capacidades del trabajador	¿En la empresa se preocupan por desarrollar y potenciar sus habilidades para ser más productivos en su área de trabajo?	empleado	

		Marketing	¿Las campañas de marketing contribuyen al incremento de sus ventas?	empleado	
		Innovación	¿Cuándo visitas la tienda de ropa percibe productos nuevos y llamativos?	cliente	
ATENCION AL CLIENTE	Principios de atención al cliente	Comunicación	¿Es atendido con amabilidad y respeto en el momento de su compra?	cliente	Nominal
		Comprensión al cliente	¿Comprenden sus preferencias y necesidades para ofrecerle el producto que está buscando?	cliente	
		Actitud	¿Es atendido con una buena actitud generando experiencias positivas y agradables?	cliente	
		trabajo en equipo	¿Cuándo trabajan en equipo cumplen sus metas en menos tiempo?	empleado	
	Elementos de atención al cliente	calidad	¿Recibe una atención de calidad en el momento que visita la tienda?	cliente	

		accesibilidad	¿La empresa que visita cuenta con un horario accesible?	
		Profesionalidad	¿El personal que le brinda los servicios es una persona capacitada que le ayuda a resolver sus dudas?	
		cortesía	¿Los trabajadores emplean saludos de bienvenida cuando visita la empresa?	

Libro de Códigos

Fuente: Clientes

Cod 1 = si Cod 2 = no

N° clientes	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1
4	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1
5	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1
6	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1
7	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1
8	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1
9	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2
10	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
12	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1
13	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
14	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2
15	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1
16	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1
17	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
18	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2
19	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2
20	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1
21	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1
22	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1

23	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1
24	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1
25	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1
26	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1
27	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1
28	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1
29	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1
30	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1
31	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2
32	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1
33	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1
34	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1
35	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1
36	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1
37	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1
38	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1
39	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1
40	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1
41	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2
42	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1
43	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1
44	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1
45	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1
46	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1
47	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1
48	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2
49	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1

50	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1
51	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1
52	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1
53	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1
54	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1
55	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1
56	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
57	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1
58	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1
59	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1
60	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1
61	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1
62	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1
63	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1
64	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1
65	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1
66	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1
67	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1
68	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2
69	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1
70	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1
71	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1
72	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1
73	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1
74	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
75	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1
76	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1

77	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1
78	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1
79	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1
80	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1
Código 1 SI	62	32	44	38	60	46	58	42	14	24	72
Código 2 NO	18	48	36	42	20	34	22	38	66	56	8
Total	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

Fuente: Trabajadores

Cod 1 = Si Cod 2 = No

N° clientes	P1	P2	P3	P4	P5
1	1	1	2	2	1
2	1	2	2	2	1
3	2	1	1	2	1
4	2	2	2	2	1
5	2	2	2	2	1
6	2	1	2	1	2
7	2	2	1	1	1
8	2	2	2	2	1
9	1	1	2	1	1
10	1	2	2	2	1
11	2	1	1	2	1
12	1	2	2	1	2
13	2	1	2	2	1
14	2	2	2	2	1
15	1	2	2	1	1
16	2	1	1	2	1
17	2	2	2	1	1
18	2	1	2	2	1
Código 1 SI	6	8	4	6	16
Código 2 NO	12	10	14	12	2
Total	18	18	18	18	18

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

USER: 45757402

Nro: 082021-00008107
Fecha: 07-05-2021 16:13

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) TEMOCHE ZAPATA CARMEN BEATRIZ, con código de matrícula 1211102042, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

PIURA, 07 DE MAYO DEL 2021.



V°B° CAJA

UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMOTE
FACULTAD DE ADMINISTRACION
PIURA

Stn. Ana Silvia Chuyes Guayana
ESPECIALISTA C.I.R.

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

(*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.