



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE
DE LAS MYPE SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA
DE CALZADOS DEPORTIVOS, MERCADO 24 DE
OCTUBRE, JULIACA, 2019.**

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

AUTOR

CONDORI MAMANI, ELIZABETH MARLENY

ORCID: 0000-0002-6433-0274

ASESOR

RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA

ORCID: 0000-0002-5034-7024

JULIACA – PERÚ

2020

TITULO DE TESIS: GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE SECTOR COMERCIO RUBRO VENTA DE CALZADOS DEPORTIVOS, MERCADO 24 DE OCTUBRE , JULIACA, 2019.

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Condori Mamani, Elizabeth Marleny

ORCID: 0000-0002-6433-0274

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

ASESOR

Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna

ORCID: 0000-0002-5034-7024

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

JURADO

Zenozaín Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6979-2319

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Meza de los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

HOJA DE FIRMA

JURADO

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa
Presidente

Lic. Espinosa Otoya, Víctor Hugo
Miembro

Mgr. Meza de los Santos, Juan Pablo
Miembro

Mgr. Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, que siempre está presente en mis
actos.

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es para determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019. Se desarrolló bajo la metodología de investigación tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental – transversal; se trabajó con el 100% de la población 10 MYPE y 168 clientes. La recolección de datos, se realizó a través de la técnica de encuesta y se aplicó el cuestionario. Se obtuvo los siguientes resultados: Respecto a la gestión de calidad, el 70% que es la mayoría de los microempresarios ofrecen productos tomando en consideración las necesidades del consumidor y monitorean con frecuencia la calidad de los productos, el 80% motiva a su personal a mejorar el servicio de calidad en atención al cliente; respecto a la atención al cliente, el 56.55% de los clientes no están conforme con la atención inmediata que presta los empleados, el 55.36% tampoco están contentos con el trato que brindan los empleados, el 50.6% manifiesta que el personal si atiende reclamos y sugerencias y el 57.74% manifiesta que el ambiente de la empresa si es limpio y cómodo. Conclusión los microempresarios deben capacitarse sobre gestión de calidad para tener una eficiente producción y prestación de servicio en atención al cliente, respecto a la atención al cliente se debe mejorar con la atención inmediata y con el trato que brinda el personal a los clientes.

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

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the main characteristics of the Quality Management in Customer Service of the MYPE Commerce Sector Sports Footwear Sales, October 24 Market, Juliaca, 2019. It was developed under the descriptive research methodology, quantitative level, non-experimental design - cross-sectional; We worked with 100% of the population, 10 MYPE and 168 clients. Data collection was carried out through the survey technique and the questionnaire was applied. The following results were obtained: Regarding quality management, 70%, which is the majority of microentrepreneurs, offer products taking into consideration the consumer's needs and frequently monitor the quality of the products, 80% motivate their staff to improve quality service in customer service; Regarding customer service, 56.55% of customers are not satisfied with the immediate attention provided by employees, 55.36% are not happy with the treatment provided by employees, 50.6% state that the staff does attend complaints and suggestions and 57.74% state that the company environment is clean and comfortable. Conclusion microentrepreneurs should be trained on quality management to have an efficient production and service provision in customer service, regarding customer service should be improved with immediate attention and with the treatment provided by staff to customers.

Key words: Customer service, quality management, MYPE.

ÍNDICE

TITULO DE TESIS.....	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
ÍNDICE.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
2.1. Antecedentes	7
2.2. Bases teóricas de la investigación	20
2.2.1. Gestión de calidad	20
2.2.1.1. Gurús de la calidad	22
2.2.1.2. Fases de la gestión de calidad	24
2.2.1.3. Principios de la gestión de calidad	25
2.2.2. Atención al cliente.....	27
2.2.2.1. Calidad de servicio	28
2.2.2.2. Principios de la atención al cliente	31
2.2.2.3. Protagonistas de la calidad en la atención al cliente	32
2.2.2.4. Cliente	33
2.2.2.5. Tipos de cliente	33
2.2.3. Micro y pequeñas empresas	34
2.3. Marco conceptual	35
III. HIPÓTESIS	38
IV. METODOLOGÍA	39
4.1. Diseño de la investigación	39
4.2. Población y muestra	40
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	41
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	43
4.5. Plan de análisis.....	43
4.6. Matriz de consistencia.....	43
4.7. Principios éticos	45
V. RESULTADOS	46

5.1.	Resultados	46
5.2.	Análisis de resultados.....	63
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	68
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71
	ANEXOS	74
	Anexo 01: Relación de MYPE.....	74
	Anexo 02: Encuesta para los microempresarios	75
	Anexo 03: Encuesta para los clientes	76
	Anexo 04: Consentimiento informado de los representantes de las MYPE.....	77
	Anexo 05: Consentimiento informado de los clientes	87
	Anexo 06: Encuesta realizado a los clientes	90
	Anexo 07: Encuesta realizado a los microempresarios	91
	Anexo 08: Fotos.....	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Conoce usted el concepto de gestión de calidad</i>	46
Tabla 2: <i>Exhibe la misión, visión y valores</i>	47
Tabla 3: <i>Identifica a los posibles clientes</i>	48
Tabla 4: <i>Considera las necesidades del consumidor</i>	49
Tabla 5: <i>Vigila el proceso de compra y venta de productos</i>	50
Tabla 6: <i>Monitoreo de productos</i>	51
Tabla 7: <i>Mejoramiento de calidad</i>	52
Tabla 8: <i>Recibe capacitaciones</i>	53
Tabla 9: <i>Recibe atención inmediata</i>	54
Tabla 10: <i>Tiempo de espera</i>	55
Tabla 11: <i>El personal se encuentra capacitado</i>	56
Tabla 12: <i>Trato del personal</i>	57
Tabla 13: <i>Los productos son confiables</i>	58
Tabla 14: <i>Reclamos y sugerencias</i>	59
Tabla 15: <i>Inspira confianza y seguridad en la información</i>	60
Tabla 16: <i>Atención individualizada</i>	61
Tabla 17: <i>El ambiente es limpio y cómodo</i>	62

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Conoce usted el concepto de gestión de calidad.....	46
<i>Figura 2.</i> Exhibe la misión, visión y objetivo	47
<i>Figura 3.</i> Identifica a los posibles clientes	48
<i>Figura 4.</i> Considera las necesidades del consumidor.....	49
<i>Figura 5.</i> Vigila el proceso de compra y venta de productos	50
<i>Figura 6.</i> Monitoreo de productos	51
<i>Figura 7.</i> Mejoramiento de calidad	52
<i>Figura 8.</i> Recibe capacitaciones	53
<i>Figura 9.</i> Recibe atención inmediata.....	54
<i>Figura 10.</i> Tiempo de espera.....	55
<i>Figura 11.</i> El personal se encuentra capacitado	56
<i>Figura 12.</i> Trato del personal	57
<i>Figura 13.</i> Los productos son confiables.....	58
<i>Figura 14.</i> Reclamos y sugerencias	59
<i>Figura 15.</i> Inspira confianza y seguridad en la información.....	60
<i>Figura 16:</i> Atención individualizada.....	61
<i>Figura 17:</i> El ambiente es limpio y cómodo	62

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el mercado del calzado deportivo es un sector comercial bastante competitivo, gracias a la competencia entre los establecimientos comerciales permite encontrar precios más al alcance de la población de menos recursos e inclusive la aparición de ofertas.

La gestión de calidad en atención al cliente es uno de los puntos fundamentales que se deben tomar siempre en cuenta y además estar en constante mejora dentro de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que este es uno de los pilares más importante que los clientes valoran de una empresa, logrando así ayudar a mantenerse en la preferencia de los clientes o potenciales clientes, y si llega a fallar puede convertirse en una amenaza. Sin embargo (Bacca, 2016) en su tesis demuestra que la gran mayoría de los clientes no tienen conocimiento sobre gestión y técnicas de calidad, por esta razón carecen de misión y visión.

En los últimos años la literatura investigativa ha estado haciendo énfasis en la gestión de calidad, esta gestión se debe realizar independientemente del tamaño de la empresa y no sólo se centra en la calidad del servicio o producto, sino también ayuda al aseguramiento del control de los procesos de la organización para un mejor rendimiento y el cumplimiento de las metas trazadas. (Pincay, 2020) contextualiza, que las MYPE en Ecuador han realizado esfuerzos para consolidarse en el mercado; sin embargo, ha venido identificando una serie de factores

relacionados con el éxito y permanencia de las MYPE en las actividades económicas del país, factores relacionados directamente con la gestión de calidad y particularmente de servicio al cliente, se han estado profundizando en materia de gestión de calidad en el servicio al cliente en las MYPE comercializadoras en Ecuador; al ser un elemento clave en el éxito de estas empresas, su conocimiento podrá clarificar las brechas existentes desde el punto de vista conceptual.

En Perú, solo tres de cada cuatro empresas (75% en total) no se disculpan frente al consumidor peruano, aunque tengo pleno conocimiento del reclamo que realizó el cliente, se necesita priorizar la respuesta en el impacto potencial y entender los diferentes tipos de consumidores que tienen, solo el 15% de los clientes afirman haber sido informado de la solución a su problema, además, por cada tres compañías que se enteran del reclamo, una decide no hacer nada. Las empresas necesitan hacer más para encontrar las expectativas cuando los consumidores tienen un problema. (comercio, 2018)

Las MYPE hoy en día, se enfocan en la atención al cliente ya que es vital para el crecimiento de un negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y terminan viendo como sus competidores se llevan a cada uno de ellos tomados de la mano. En la ciudad de Juliaca la mayoría de las MYPE realiza sus actividades económicas de manera práctica, sus propietarios prefieren confiar en sus conocimientos y su propia experiencia, no tienen en cuenta los cambios ocurridos en el mundo de los negocios y las necesidades de su realidad actual.

La gran problemática que se percibe es que las MYPE tienen una falta de orientación y de implementación de las herramientas de gestión de calidad, las cuales no terminan de establecer y eso limita las posibilidades de crecimiento, es por ello la importancia de mejorar sus productos de gestión de calidad el cual está enfocado en la atención del cliente, aplicando las herramientas necesarios y las técnicas correctas para la adecuada toma de decisiones conllevando a esto a una mejora y crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas.

En la ciudad de Juliaca existen Micros y Pequeñas Empresas dedicadas exclusivamente a la comercialización de calzados deportivos, pero que no conocen características de la gestión de calidad en atención al cliente, o si es que aplican la gestión de calidad en sus procesos y qué estrategias utilizan, es por ello que se plantea la siguiente pregunta de investigación: **¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de Octubre, Juliaca, 2019?**

De esta manera se ha planteado como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019

Y como sus objetivos específicos: Determinar las características de la gestión de calidad de las MYPE del sector comercio, rubro venta de calzados deportivos,

mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019. Determinar las características de la atención al cliente de las MYPE del Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019.

La justificación teórica de esta investigación, se da mediante el sustento de las variables de investigación, es este caso gestión de calidad y atención al cliente mediante teorías existentes al respecto.

Desde el punto de vista práctico, se justifica porque permitió conocer las características de la gestión de calidad que emplean las MYPE del sector comercio, rubro venta de calzados deportivos identificando quienes la emplean y quienes no, de este modo se obtuvieron las respuestas de las MYPE para saber si la implementación de la gestión de calidad mejoraría su servicio y a la organización, haciéndolas competitivas. También permitió que los microempresarios tomen decisiones acertadas en la atención al cliente en sus negocios, contando con un personal que sea capaz de relacionarse correctamente con los clientes, incrementando la capacidad de respuesta al cliente y sabiendo administrar los reclamos o quejas, para que la atención al cliente sea con la calidad que merecen y fortalecer el compromiso con éste.

Desde el punto de vista metodológico, esta investigación empleó la metodología descriptiva, porque sólo observó los hechos y se describieron tal como son en la realidad, fue no experimental porque no se manipularon las variables, fue

transversal porque la información se recogió en un solo momento mediante la técnica de la encuesta.

La investigación se desarrolló bajo la metodología del diseño no experimental de corte transversal, el tipo de investigación es descriptivo porque nos ayuda a describir la gestión de calidad de atención al cliente, nivel de investigación cuantitativo nos ayudará a cuantificar el nivel de estudio, la población está conformado por 10 MYPE ante el escaso número de sujetos, no será necesario extraer una muestra, se trabajó con el 100% de la población. Para conocer el nivel de atención al cliente se trabajó con 168 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario calificadas en la escala ordinal, bajo la técnica de la encuesta.

Las limitaciones que se tuvo en esta investigación fueron la disposición de tiempo y la búsqueda de información.

El presente trabajo de investigación tiene como impacto positivo en la MYPE porque después de esta investigación podrán plantear la implementación del uso de gestión de calidad en atención al cliente.

Con respecto a los resultados el 70% que es la mayoría de los microempresarios ofrecen productos tomando en consideración las necesidades del consumidor y monitorean con frecuencia la calidad de los productos, el 80% motiva a su personal a mejorar el servicio de calidad en atención al cliente, el 56.55% de los clientes no están conforme con la atención inmediata que presta los

empleados, el 55.36% tampoco están contentos con el trato que brindan los empleados, el 50.6% manifiesta que el personal si atiende reclamos y sugerencias y el 57.74% manifiesta que el ambiente de la empresa si es limpio y cómodo.

Se ha llegado a la conclusión que los microempresarios deben capacitarse sobre el tema gestión de calidad en atención al cliente ya que con eso podrán analizar de mejor manera las necesidades de sus clientes y a la vez les permitirá conocer los procesos adecuados para que tengan una eficiente producción y prestación al servicio. Respecto a la atención al cliente los empleados deben mejorar en atender de manera inmediata y con un buen trato hacia los clientes, asimismo, debe seguir mejorando con la atención de reclamos y sugerencias y mantenerse con el ambiente cómodo y limpio que tiene las MYPE.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

(Vargas, 2017) En su investigación titulado: *Diseño de indicadores de gestión de calidad para el servicio de laboratorio del centro de salud Villa Nuevo Potosí en el segundo semestre del 2014, Bolivia*. Tuvo como objetivo diseñar indicadores de gestión de calidad, que evalúen la atención prestada por el servicio de laboratorio del centro de salud Villa Nuevo Potosí. La investigación fue de tipo cuantitativo, un estudio de tipo exploratorio-expositivo, y un diseño de investigación transversal, método de investigación teórica fue de tipo inductivo y deductivo, método de investigación empírica fue observacional no participativa. El método estadístico fue estadística descriptiva, la técnica correspondió al empleo de una encuesta, y como instrumento el cuestionario y el escalamiento de tipo Likert, haciendo un total de 10 preguntas clave. Se obtuvieron los siguientes resultados sobre el control de calidad el porcentaje es mayor o igual al 95% significa que la participación en encuestas de control de calidad es aceptable, y si es inferior al 95% significa que la participación en encuestas de control de calidad es inadmisibles, respecto a la cortesía notamos que 129 usuarios (que representa 75.44%) manifiestan una buena cortesía, 144 usuarios (que representa 84.21%) manifiestan una buena rapidez en la atención, la mayoría de los usuarios (148) mencionan que es buena la limpieza del Laboratorio y esto representa matemáticamente un 86.55%, con respecto al tiempo de espera 86 usuarios (50.29%) que refieren un buen tiempo de espera, 117 usuarios (68.42%) que la información brindada es buena, 90 usuarios (52.63%) perciben que el ambiente es

regular. Se concluye que la percepción del cliente es de buen nivel excepto al ambiente ya que fue percibida como regular.

(Salazar, Buentello, Gómez y Villareal, 2019) Su investigación titulada: *La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios, Colombia, 2019*. Tuvo como objetivo determinar la percepción que tienen los clientes preferenciales de una pyme del servicio con respecto a la satisfacción sobre los productos que compra el cliente en este tipo de negocio, para ello se consideraron las variables de atención al cliente, servicio, producto el precio, la investigación es de tipo no experimental descriptiva, para obtener información se aplicó una encuesta de escala con cinco tipos de respuesta de tipo R. Likert a 50 clientes de la empresa con el propósito de medir el nivel de satisfacción. Los resultados obtenidos con respecto a la atención al cliente es que el 1% afirma que la atención que reciben es excelente, el 23% concuerdan que es bueno, el 54% dicen que es regular y por último 22% es deficiente y muy deficiente, con respecto a los servicios el 60% afirma que es excelente, el 24% es bueno, el 48% que es regular y el 22% es deficiente y muy deficiente, con respecto a la variable productos el 8% afirma que el producto es excelente, el 32% es bueno, el 42% dicen que es regular, 16% es deficiente “caros” y el 2% que son muy caros, con respecto a la variable precio el 4% afirma que es precio excelente, el 28% es bueno, el 42% dice que es regular, 24% es caro y el 2% son muy caros. Se concluye que la atención al cliente, el servicio, el producto y el precio son percibidas de regular a buenos por lo que la empresa debe esforzarse mucho más en el futuro si quiere mantenerse en el

mercado, ya que hoy en día se vive una competencia agresiva en todos los negocios.

(Guerra, 2015) Según su investigación titulado: *Evaluación de la calidad de la atención al cliente en las empresas lácteas de la Ciudad de San Juan de Pasto, Departamento de Nariño, 2015*. El objetivo de la presente investigación consistió, evaluar la calidad de atención al cliente en los puntos de venta directa de las empresas lácteas de la ciudad de San Juan de Pasto. El tipo de investigación es descriptiva, método deductivo, y para determinar la satisfacción y la calidad en atención al cliente se realizó a través del cuestionario del modelo SERVQUAL y la observación directa. Los resultados muestran una alta consistencia interna y pertinencia de la aplicación del análisis de factores (a Cronbach=de 0,832) los resultados arrojan un 68% que los clientes están satisfechos, sin embargo, encontró un índice de calidad en el servicio de -1.69 lo cual significa que las percepciones de los clientes se encuentran por debajo del cero, con una brecha de -1.74, esto indica que los clientes están inconformes con la apariencia física de las instalaciones. Al mismo tiempo por medio de la observación directa, el diagrama de causa y efecto y diagrama de Pareto se determinó deficiencias de la atención del cliente por parte de los empleados. Se concluye que sus clientes si están satisfechos con la atención pero que tienen deficiencias con respecto a la infraestructura por lo que se debe mejorar en tener un ambiente más cómodo para atender a sus clientes.

(Guerra, 2019) En su tesis titulado: *Diseño procesos para la atención al cliente de la empresa Fibernet Cía. Ltda. En la Ciudad de Ambato – Ecuador, 2019*. Tuvo

como objetivo plantear acciones orientadas a mejorar la situación que se presenta en la empresa Fibernet Cía. Ltda. En la ciudad de Ambato, el diseño de investigación es descriptivo, cuantitativo y cualitativo, método deductivo, la población 3 empleados que laboran en el área administrativa y 50 clientes. Las técnicas usadas fueron observación directa, entrevista y encuestas, lo que dio como resultado que el 75,9% de los clientes manifiesta que el servicio se diferencia de la competencia, el 68,5% indica que el servicio es regular, 72,2% indica que la atención es regular debido a que no a todos los atienden de una manera correcta. Se concluye que la atención es regular el motivo se debe a la falta de capacitación, esto afecta en reducir la calidad de servicio.

(Espinoza, 2018) Según su investigación titulado: *Gestión de calidad y desarrollo agroexportador de los productores de piña del cantón NARANJITO, Provincia del Guayas, Ecuador 2011-2016*. Tuvo como objetivo determinar de qué manera la gestión de calidad influye en el desarrollo agroexportador de los productores agrícolas de la piña de la asociación de trabajadores autónomas la paquita en la ciudad de Naranjito. La investigación fue de tipo aplicada, diseño de investigación explicativo y descriptivo, el estudio es de tipo cuantitativo, las técnicas que se emplearon son la encuesta y la entrevista, con sus respectivos instrumentos como son el cuestionario y la guía de preguntas. Los resultados obtenidos respecto a la planeación de calidad donde los coeficientes de regresión son 0,932 y -0,155 con un coeficiente de determinación del 43% (R-sq) y valor p-valor=0,00<0,05, lo que implica que hay evolución del desarrollo agroexportador en función de la planeación de la calidad, con respecto al control de calidad permite

observar que el coeficiente de regresión es de 0,187, con un coeficiente de determinación del 2% (R-sq) y valor p-valor=0,1659>0,05, lo que implica que no hay evolución del desarrollo agroexportador en función del control de calidad, con respecto a mejora de calidad se observa que el coeficiente de regresión es de 1,003, lo que implica que hay evolución en el desarrollo agroexportador en función a la mejora de calidad, con un coeficiente de determinación del 51.1% (R-sq) por lo que es un buen ajuste y los residuos son mínimo. En conclusión, se debe monitorear o controlar constantemente los procesos de producción cumpliendo los parámetros o estándares de calidad, aplicar una mejora continua con el fin de mejorar su calidad.

(Ferrero, 2017) Según su investigación titulada: *Gestión de la calidad y su influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna S.A.C*, tuvo como objetivo determinar la influencia de la gestión de la calidad en la satisfacción de los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC; la metodología empleada en la investigación fue la aplicación del instrumento cuestionario con una escala de Likert que va de totalmente de acuerdo a totalmente en desacuerdo a once clientes sobre la satisfacción del cliente y la gestión de la calidad de la empresa. Los resultados obtenidos respecto a la satisfacción del cliente son que el 80% de los encuestados manifiestan que la empresa cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes, el 100% señala se atiende de manera inmediata a los clientes por parte del personal de la empresa; asimismo en cuanto a la gestión de calidad se observa que el 93% manifiesta que la organización establece, documenta, implementa y mantiene un sistema de

gestión de la calidad y mejorar continuamente su eficacia, así como el 97% sostiene que la empresa tiene establecidos los objetivos de calidad, procedimientos requeridos en la norma y estar documentados. Se concluye que la gestión de la calidad no influye significativamente al 95% de probabilidad en la satisfacción del cliente; asimismo el recurso humano influye en la satisfacción del cliente al 95% de probabilidad y la normatividad no influye significativamente al 95% de probabilidad en la satisfacción del cliente.

(Juárez, 2019) En su tesis titulado: *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro postal, del distrito de Lince, Lima, 2019*. Tuvo como objetivo como objetivo general: describir las principales características de la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro postal, del distrito de Lince, Lima 2018. Del mismo modo, la investigación fue de tipo cuantitativa, no experimental, descriptiva y transversal. Para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 15 empresas de Courier, a quienes se les aplicó un cuestionario de 40 preguntas relacionadas a las variables de investigación. Los resultados obtenidos fueron: 60.0% de los representantes tienen más de 41 años de edad, 46.7% son casados, 80.0% son de género masculino, 100.0% tienen educación superior universitaria y son gerentes de la empresa. Sobre las MYPE se tiene que el 33.3% de las empresas tienen más de 11 años en el mercado, 73.3% tienen más de 6 trabajadores y el 100.0% está formalizados. Sobre la gestión de calidad, se tiene que el 100.0% de las empresas la califican de nivel medio y sobre los beneficios de las MYPE afirman al 100.0% que son de nivel medio, 100% de

las empresas están totalmente de acuerdo en que su preocupan por identificar a sus posibles clientes y que el 60% de los microempresarios identifican las necesidades de los clientes y el 100% de las empresas afirman que motivan a sus empleados a realizar o emprender mejoras en el servicio. Se concluye que la gestión de calidad se debe tomar muy en cuenta y reforzar con capacitación para mejorar el servicio.

(Bacca, 2016) En su tesis titulado: *Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE del sector comercial rubro venta de calzado deportivo, distrito de Iquitos, año 2017*. Se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal; donde a través de la técnica de encuesta se aplicó un cuestionario estructurado de 18 preguntas. Los resultados son: Respecto al propietario: destacan los rangos de Edad de “29 a 39 años” y “de 40 a 49 años”, con 40,0% y 26,7%, respectivamente; existe mayor presencia del género masculino (73,3%); no tienen instrucción, representan el 46,7%. Respecto a la empresa: 86,7% están formalizadas; son deseosas de “acceso al crédito bancario” (53,3%) y “Relación con empresas de mayor dimensión del mercado” (40,0%). La mayoría tiene poco tiempo en el mercado, “de 1 a 3 años” (66,7%); y emplean de “1 a 4 trabajadores” (73,3%). Respecto a la gestión: el 77,8% no tiene conocimientos de gestión y técnicas de calidad, por esta razón carecen de misión y visión; tampoco tienen plan de gestión de calidad. Respecto a atención al cliente: algunas cuentan con instalaciones adecuadas (60,0%); no capacitan al personal (73,3%); la mayoría tienen un protocolo de servicio (66,7%); sin embargo, no atienden sugerencias del cliente, ni atienden reclamos (66,7%). Los propietarios consideran que el buen servicio evita reclamos, por eso el 66,7%

evalúa a su personal y prefieren satisfacer al cliente en el primer momento de la relación comercial (60,0) %.

(Flores, 2016) En su trabajo de investigación titulado: *Caracterización de formalización y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías en la ciudad de Tarapoto Provincia de san Martín, período 2017*, en su investigación el general fue: Determinar la relación entre la formalización y la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas MYPE del sector comercio-rubro de zapaterías del distrito de Tarapoto de la Provincia de San Martín, Año 2017. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, diseño de una investigación no experimental, muestreo no probabilístico por conveniencia. Mediante un cuestionario con una población de 35 MYPE se analizó a una muestra de 12 empresarios. Se obtuvo los siguientes resultados: el 100.0% de las MYPE del sector comercio-rubro zapaterías son formales, 83.3% ha recibido asesoría en gestión empresarial, la formalización sería mayor si el estado concediera beneficios para hacerlo, por tanto, el 83.3% manifiesta que ésta ayuda a la expansión de las ventas aun cuando aumente los costos laborales, se concluye que todas las MYPE en estudio son formales el cual permite que las ventas de los zapatos se expanda con facilidad en diferentes lugares.

(Cabrejos, 2018) en su tesis titulado: *El sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant el gourmet urbano en el Distrito de San Isidro, Lima, 2015*. Tuvo como objetivo general determinar de qué manera el Sistema de Gestión de Calidad se relaciona con la atención al cliente en el restaurant El

Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro en el 2015. La investigación es de carácter cualitativo, el tipo de investigación es correlacional, porque relaciona las dos variables en un solo momento, diseño no experimental, transversal. La población estuvo conformada por los 116 trabajadores del restaurante. Para la selección de la muestra se aplicó el muestreo probabilístico, diseño aleatorio. Lo que dio como resultado una muestra de 89 trabajadores y comensales. Se usó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, para la recolección de la información. Los resultados obtenidos son los empleados consideran que en el Restaurant El Gourmet Urbano el sistema de gestión de la calidad no tiene una adecuada planificación de calidad 94% (68), control de la calidad 75% (54), mejora de la calidad 89% (64). Los resultados dejan en evidencia que existe una alta tendencia a la ausencia de un sistema de gestión de la calidad en los empleados de la Restaurant El Gourmet Urbano, a pesar de tener personal calificado en las distintas áreas operativas y administrativas.

(Huayta, 2019) En su tesis titulado: *Gestión de calidad en atención al cliente de la MYPE multiventas stma, trinidad E.I.R.L. del sector servicio del Distrito de Juliaca, año 2019*. Conocer la gestión de calidad en atención al cliente de la Mype Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. del sector servicio del distrito de Juliaca, año, 2019. Tipo de investigación descriptivo cuantitativo con diseño no experimental – transversal, La población muestral estuvo constituido por 80 clientes que se tomó intencionalmente. Para la recolección de datos, se elaboró un cuestionario estructurado de 16 preguntas. El análisis y procedimiento de datos se realizó en el programa Microsoft Excel y el Microsoft Word con el que se elaboraron tablas y

figuras simples y porcentuales para obtener los siguientes resultados; en el desempeño de los trabajadores el 50% de clientes respondieron que es pésimo la atención al cliente, en cuanto a la organización el 50% es regular ya que no cuenta con una organización adecuada, en cuanto a los canales de comunicación con el cliente el 81% es regular, el 56% es regular la información proporcionada que se le brinda al cliente, el 75% es mala la atención de quejas esto se debe a que el libro de reclamaciones no está al alcance del cliente y el 75% de clientes respondieron que es buena en la generación de facturas por ser una empresa formal. Se llegó a la conclusión que la atención al cliente es pésima. La falta de capacitación e información por parte de la empresa hacia sus trabajadores.

(Calla, 2019) Realizó una investigación titulado: *Gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro cafeterías de la ciudad de Juliaca, 2019*. tuvo como objetivo general describir la calidad en la atención al cliente de las MYPE rubro cafeterías de la ciudad de Juliaca- 2019. Materiales y métodos el tipo de investigación es descriptivo, nivel descriptivo, el diseño es no experimental de tipo transversal, la muestra fue de 40 trabajadores de las 5 cafeterías formales de la ciudad de Juliaca, se utilizó la técnica de la encuesta, como instrumento el cuestionario el cual contiene 30 preguntas. Resultados : El 52.5% de trabajadores mencionan que la gestión de calidad es regular, sin embargo en las dimensiones el 50% de trabajadores afirman que es regular el mejoramiento continuo de la calidad del producto y servicios, también existe un 52.5% de trabajadores que es regular su control de riesgo, un 57.5% de trabajadores mencionan que es regular su productividad y eficacia, sin embargo el 57.5% de

trabajadores es regular la atención de necesidades y expectativas entre el cliente y el empresario, un 50% de trabajadores afirman que el cumplimiento de los objetivos es regular, un 40% de los trabajadores menciona que es regular el acortamiento en los costos y la meta de la competitividad. Conclusión: La gestión de la calidad es regular en la atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro cafeterías de la ciudad Juliaca.

(Quispe, 2018) En su investigación titulada: *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del Distrito de Juliaca año 2018*. Que tuvo como objetivo describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro venta de calzados Centro Comercial N° 02, del Distrito de Juliaca, año 2018. La metodología fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño experimental – transversal, se aplicó un cuestionario de 17 preguntas mediante entrevista y la población está conformada por MYPES el mismo que corresponde a la muestra. Se obtuvo los siguientes resultados: Referente a la variable gestión de calidad, el 100% menciona que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, 82% aplica la gestión de calidad en su negocio. Referente a la variable atención al cliente el 82% considera que la atención al cliente es buena y un 18% considera que es regular, 73% indica que brindando una buena atención el resultado que ha logrado es incrementar las ventas y un 100% considera que la atención al cliente es fundamental para que los clientes vuelvan al establecimiento comercial y el otro 100% considera que la atención al cliente permite el

posicionamiento de la empresa. Se concluye que la gestión de calidad se debe aplicar en el negocio ya que ayuda a mejorar el rendimiento del negocio y que una buena atención al cliente permite el posicionamiento de la empresa.

(Ccuno, 2019) Según su investigación: *La gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del Distrito de Putina año 2019*. Que tuvo como objetivo general determinar cómo fue la gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente en las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del Distrito de Putina 2019. La investigación fue de tipo descriptiva, nivel cualitativo y diseño simple – no experimental – transversal, en la recolección de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 10 restaurantes constituidos como MYPE a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados más relevantes se puede observar que los empresarios indican que el 80% cuentan con un programa de atención al cliente, el 60% de empleados tienen una apariencia limpia y agradable, respecto a la atención el 76,67% se encuentran de acuerdo con la atención que ofrecen los encargados del restaurante, el 80% de clientes se encuentran de acuerdo y recomendarían el uso del restaurante, llegando a las siguientes conclusiones, se demostró que un 56,56% que los restaurantes ofrecen un servicio regular con respecto a la atención al cliente atendiendo moderadamente las necesidades de su clientes. Se concluye que para mejorar más aún la gestión de calidad y la atención al cliente sería bueno implementar un plan de mejora y seguir manteniéndose con una buena atención frente a sus usuarios.

(Ccapa, 2019) Según su investigación titulado: *Gestión de calidad con el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector comercio, rubro venta de equipos informáticos de la Ciudad de Juliaca, 2019*. Tuvo como objetivo describir la práctica de la gestión de calidad con el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector comercio, rubro venta de equipos informáticos de la ciudad de Juliaca, 2019. El tipo de investigación es descriptiva, nivel cuantitativo y el diseño es no experimental transeccional o transversal, se tomó una muestra de 59 MYPE, a quienes se les aplicó dos cuestionarios, obteniéndose los resultados: Tuvo como resultado que las MYPE deben tener una instalación y atractiva según la perspectiva del gerente lo cual fue del 59.32%. Considera como satisfacción del cliente 49.16% manifestó que el personal de la empresa debe tener una apariencia limpia. El 44.07% de los representantes legales de las MYPE y empleados están totalmente de acuerdo que las MYPE debe contar con todos los servicios adecuados para la atención al cliente. Acerca de la Gestión de calidad de servicio, que el 59.32% manifestó estar totalmente de acuerdo que la capacitación a sus empleados de gran importancia para su empresa. El 49.15% de los gerentes indicaron o manifestaron estar totalmente de acuerdo que la capacitación debe tomarse como prioridad. Atención al cliente nos indica que el 70% del empleado manifestó estar en total de acuerdo acerca de la buena atención al cliente, el 50.8% manifiesta estar en total de acuerdo que por la atención que brindaron a sus clientes ellos regresarían y seguido por un 49.15%. Por tanto, se concluye que los gerentes y empleados de las MYPE si conocen sobre la gestión de calidad en atención al cliente y se preocupan en la capacitación del personal para la atención al cliente.

2.2.Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Gestión de calidad

La gestión de calidad resulta hoy en día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente. El propósito es analizar cómo la gestión de la calidad puede usarse, independientemente del sector, como elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. La metodología se basa en un proceso reflexivo a la luz de las teorías más relevantes expuestas en la literatura académica. En conclusión, la gestión de calidad sirve de vehículo para alcanzar ventajas competitivas, eficiencia y productividad a través del ciclo de mejora continua. (Hernández, Barrios, y Martínez, 2018, p.180)

La gestión de calidad determina el crecimiento y mejora de las empresas, puesto a que para poder estar presente en un mercado cada vez más competitivo, las empresas tienen que apostar por la calidad del servicio. De tal manera, la implantación de una estructura operacional de trabajo bien documentada e integrada a los procedimientos técnicos y gerenciales, servirán de base para guiar las acciones de la fuerza de trabajo, los materiales y equipos, y por supuesto la atención que se debe dar a los consumidores. Los servicios en la gestión de calidad, permite comprender de dónde proviene la necesidad de ofrecer un mejor servicio al cliente y, en definitiva, a la sociedad, y de cómo se ha ido incluyendo toda la

organización en la consecución de este fin. (Palma, Torres y Murillo, 2018, p.39)

La gestión de calidad, consiste en el conjunto de acciones orientadas a planificar, organizar y controlar la función de calidad de una organización, con vistas a la mejora continua de la calidad del producto y de la posición competitiva, así como a optimizar la creación de valor para los grupos de interés considerados clave. (FCA UNAM, 2016, p. 254)

a) Planificar la calidad

Según (Novillo, Parra, Ramón y López, 2017) refiere como el desarrollo de los productos o procesos que vamos a requerir para satisfacer las necesidades de los clientes. Las acciones necesarias son:

- Determinar los clientes a los que nos dirigiremos y sus necesidades.
- Diseñar los productos o servicios, tomando en consideración las necesidades.
- Ejecutar las actividades necesarias para producir los productos o servicios según lo planificado.

b) Controlar la calidad

Según (Novillo et al., 2017) describe que en esta parte se busca encontrar las posibles desviaciones, tomando en consideración los estándares planificados para el producto o servicio versus los productos realizados. Para esto se toma en consideración las siguientes actividades:

- Evaluar las desviaciones comparando con los estándares de calidad planificados.
- Implementar medidas para corregir las desviaciones encontradas.

c) Mejorar de calidad

Según (Novillo et al., 2017) refiere que en la mejora de calidad se considera la generación de un sistema organizado para corregir las falencias originadas en la fase de planificación, para así evitar futuros problemas de calidad. Se espera cumplir con los siguientes objetivos.

- Establecer un sistema para evitar problemas de calidad futuros.
- Elaborar proyectos de mejora, con la finalidad de buscar disminuir errores, tomando en consideración los puntos prioritarios a resolver.
- Definir, formar e incentivar al grupo de personas que trabajaran en los proyectos de mejora.

2.2.1.1. Gurús de la calidad

a) William Edwards Deming

(Novillo et al., 2017) Los principios de Deming establecían que, mediante el uso de mediciones estadísticas, una compañía debía ver su funcionamiento para luego desarrollar maneras de mejorar dicho sistema, siguiendo los catorce puntos y teniendo presente los siete pecados mortales. Es decir que una empresa debería tomar en cuenta ejecutando los diversos principios que ofrece Deming. (p. 52)

b) Joseph M. Juran

(Novillo et al., 2017) refiere que Joseph Juran es reconocido como la persona que agregó la dimensión humana para la amplia calidad; a partir de ahí provienen

los orígenes estadísticos de la calidad total, crea la conciencia de la crisis de la calidad, el papel de la planificación de la calidad en esa crisis y la necesidad de revisar el enfoque de la planificación de la calidad. Estableció una nueva orientación de la planificación de la calidad. Provee formación sobre como planificar la calidad, utilizando el nuevo enfoque, asistir al personal de la empresa para re planificar aquellos procesos insistentes que poseen deficiencias de calidad inaceptables. (p. 53)

c) Kaoru Ishikawa

(Novillo et al., 2017) conceptualiza que Kaoru Ishikawa es el ideólogo de la administración de empresas japonés, experto en el control de calidad, que contribuyó al surgimiento de los llamados “círculos de calidad”, donde se recopilan a los trabajadores para discutir y debatir para realizar mejoras. Estas herramientas en la actualidad son herramientas de aprendizajes para una mayor comprensión, es decir la ejecución de las mismas son verídicas en su funcionamiento o ejecución la cual las empresas deberían de considerarlas. (p. 54)

d) Philip Crosby

Según (Novillo et al., 2017) Crosby tiene el pensamiento que la calidad es gratis, es suplir los requerimientos de un cliente, al lograr cumplir con estos se logra cero defectos. Además, considera que la calidad es intangible. Por ello, se habla de alta calidad, calidad de exportación, producto bueno o malo, servicio excelente o pésimo, los defectos y errores son inevitables. Se ha convertido en

costumbre aceptar los baches en las calles, los productos defectuosos, los accidentes, etcétera. (p.55)

2.2.1.2.Fases de la gestión de calidad

(Herrera, 2011) La gestión de calidad ha ido evolucionando con el paso del tiempo y ha ido incorporando nuevas ideas, así como rechazando aquellas que se han quedado obsoletas. Se puede decir que la filosofía sobre la calidad ha pasado por las siguientes fases, cada una de ellas correspondiente a un paso más en el camino hacia la gestión de la calidad actual. (P. 05)

a) Control de calidad

En este momento el control de calidad es la aplicación de las técnicas y esfuerzos, para lograr, mantener y mejorar la calidad de un producto. (Herrera, 2011) refiere que el control de calidad fue y sigue siendo lo que mucha gente considera como gestión de la calidad, por lo que consiste básicamente en la inspección, verificación y análisis de las características para desarrollar una correcta toma de decisiones. La idea es elaborar productos no defectuosos por medio del control estricto de los procesos y evitar que esos productos lleguen al cliente. Asimismo, lo que se busca con esto es lograr un incremento en la mejora continua.

b) Aseguramiento de la calidad

El aseguramiento de la calidad es un enfoque de gestión de calidad que es la que garantiza la fiabilidad y la disposición para el uso de los productos.

(Arias, 2014) refiere que la implantación de un sistema de aseguramiento de la calidad permite identificar las características de la calidad que son apropiadas para el producto final, los factores que contribuyen a esas características y los procedimientos para evaluar y controlar dichos factores. Asimismo, esto incluye el establecimiento de la política de calidad y los objetivos de la calidad y los procesos para lograr los objetivos de la calidad a través de la planificación, aseguramiento, control y mejora de la calidad

c) Calidad total

La calidad total se refiere a la satisfacción del cliente, asimismo, la calidad total supone un cambio de cultura en la empresa ya que todos se deben concientizar de que la calidad concierne a todos y que la calidad es responsabilidad de todos. La empresa es responsable de liderar este cambio, mediante la implementación de un sistema de mejora continua permanente. (Herrera, 2011)

2.2.1.3. Principios de la gestión de calidad

La Norma ISO 9001 ha identificado siete principios de gestión de la calidad que pueden ser utilizados por la alta dirección con el fin de conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño que permiten conducir al objetivo de la mejora continua. (Naranjo, 2015)

Los principios de la gestión de calidad son:

- **Enfoque al cliente:** Las empresas dependen de sus clientes, y por lo tanto deben comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes,

satisfacer todos los requisitos del cliente y esforzarse en exceder a las expectativas de los empleados. La organización no sólo ha de esforzarse por conocer las necesidades y expectativas de sus clientes, sino que ha de ofrecerles diferentes soluciones mediante los productos y los servicios y gestionarlas e intentar superar las expectativas día a día.

- **Liderazgo:** Los líderes establecen la unidad de propósito y orientación de la empresa, deben crear y mantener un ambiente interno en el cual los empleados pueden llegar a involucrarse totalmente para conseguir los objetivos. El liderazgo es una cadena que afecta a todos los directivos de una empresa, que tienen personal a su cargo.
- **Compromiso de las personas:** El personal es esencia de la empresa y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean utilizadas para el beneficio de la empresa. La motivación del personal es clave, así como que una empresa dispone de un plan de incentivos y reconocimientos.
- **Enfoque a procesos:** Un resultado deseado se consigue más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.
- **Mejora:** La organización debe determinar y seleccionar las oportunidades de mejora e implementar cualquier acción necesaria para cumplir los requisitos del cliente y aumentar la satisfacción del cliente. La mejora continua de los procesos se consigue con el ciclo PHVA (Planificar, hacer, verificar y actuar), para mejorar.

- **Toma de decisiones basadas en la evidencia:** Las decisiones se basan en el análisis de los datos y la información, lo que no se puede medir no puede ser controlado, y lo que no se puede controlar es un caos.
- **Gestión de las relaciones:** La correcta gestión de las relaciones que la organización tiene para con la sociedad, los socios estratégicos y los proveedores contribuyen al éxito sostenido de la organización. Es necesario conocer, escuchar y fomentar el desarrollo de las partes interesadas, desarrollando alianzas estratégicas con el objetivo de ser más competitivos y mejorar la productividad, la rentabilidad, y la relación con la sociedad.

2.2.2. Atención al cliente

La atención al cliente tiene como principio que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora, ya que toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente, esta satisfacción debe garantizar en cantidad y calidad, en tiempo y el precio, y que el diseño del servicio que se realiza debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado. (Solórzano, 2013, p. 08)

Asimismo, (Ariza, 2017) define que la atención al cliente es el conjunto de actuaciones mediante las cuales una empresa gestiona la relación con sus clientes actuales o potenciales, antes o después de la compra del producto, cuyo fin es

lograr en él un nivel de satisfacción lo más alto posible. El principal objetivo es observar el comportamiento del cliente y mantener una relación directa con él para poder resolver cualquier incidencia o reclamo. (p. 16)

2.2.2.1. Calidad de servicio

La calidad de servicio según (Cervantes, 2017) es aquello que se puede definir como el porcentaje de los pedidos que tiene la empresa como es su capacidad de respuesta, si es capaz de atender dentro de un plazo determinado, por lo tanto representa el grado de satisfacción de los clientes.

Frecuentemente, calidad de servicio es confundida con la satisfacción, pero no existe unanimidad respecto a similitudes o diferencias de ambos términos, ya que la satisfacción se describe como la que posee el cliente sobre un servicio y la disonancia con la realidad. No obstante, ambos términos son reconocidos como un factor clave para interpretar aquellos servicios preferidos por el consumidor. (Jemes, 2019, p. 302)

Un nivel alto de calidad en el servicio proporciona a las organizaciones considerables beneficios en cuanto a su participación en el mercado, productividad, costos, motivación de su personal, distinción frente a la competencia, así como lealtad y generación de nuevos clientes, entre otras ventajas. Como resultado de esto, la gestión de la calidad en el servicio debe convertirse en una estrategia prioritaria de cada empresa. (Arellano, 2017, p.77)

Según (Arellano, 2017) “la calidad de servicio está íntimamente relacionada con la satisfacción del cliente y la percepción de éste sobre el servicio, se incide que los clientes consideran las siguientes dimensiones para evaluar la calidad del servicio” (p. 77).

- Confiabilidad
- Responsabilidad
- Seguridad
- Empatía
- Tangibles

Dimensiones de la calidad del servicio

Según (Tigani, 2006) identificó siete dimensiones que usualmente los consumidores evalúan para determinar la calidad de un servicio:

a) Respuesta

Según (Tigani, 2006) afirma que “la capacidad de respuesta manifiesta el grado de preparación que tenemos para entrar en acción, la lentitud del servicio, es algo que difícilmente agregue valor para el cliente” (p. 33).

b) Atención

Según (Tigani, 2006) afirma que la atención es “todo lo que implica ser bien atendido, como por ejemplo ser bien recibido, sentirse apreciado, ser escuchado, recibir información, ser ayudado y además, invitado a regresar” (p.33).

c) Comunicación

Según (Tigani, 2006) asevera que la comunicación es “establecer claramente que estamos entendiendo a nuestro cliente y que también nosotros estamos siendo entendidos” (p.34).

d) Accesibilidad

Según (Herrera, 2011) “el personal es comunicativo y es fácil ponerse en contacto con quien se necesite hablar” (p.29).

e) Amabilidad

(Tigani, 2006) Debemos generar capacidad para mostrar afecto por el cliente interno y externo, se debe respetar la sensibilidad de la gente, porque muchas veces es altamente vulnerable a nuestro trato. Cuando se trata de atender reclamos, quejas y clientes irritables, no hay nada peor que una actitud simétrica o de mala voluntad. (p. 35)

f) Credibilidad

(Tigani, 2006) Nunca se debe mentir al cliente, porque después de una mentira, el cliente solo puede esperar nuevas mentiras y violaciones a su dignidad, no debemos jamás prometer algo en falso, porque una promesa incumplida es un atentado a nuestra credibilidad. Crear expectativas exageradas, indica falta de compromiso con el cliente y desprecio por la verdad. (p. 35)

g) Comprensión

(Tigani, 2006) Debemos esforzarnos por entender que es lo que nuestro servicio significa para el cliente, lo primordial es tratar de comprender a los clientes aunque esto lleve un tiempo, pero esto ayuda a captar con más profundidad lo que

ellos desean y de esta manera estaría la empresa preparada ante las expectativas y los cambios que estos demuestren. (p. 36)

2.2.2.2.Principios de la atención al cliente

Según (Solórzano, 2013) los principios de la atención al cliente son los siguientes:

- El cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe.
- Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora.
- Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente, esta satisfacción debe garantizarse en cantidad calidad tiempo y precio.
- Las exigencias del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios.
- El diseño del servicio que se realiza debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado.
- Las empresas deben reducir la diferencia entre la realidad de su oferta (productos o servicios) y las necesidades y preferencias del cliente.
- La política de la atención al cliente va acompañada de una política de calidad.

La calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normal y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa, y así cada empresa desarrolla su propia estrategia de calidad de servicio teniendo en cuenta el sector en el que opera y el tipo de negocio que desarrolla. Para cada

segmento de mercado debe diseñarse el nivel de servicio más adecuado, ya que no siempre un único diseño de servicio al cliente es capaz de satisfacer todos los segmentos de mercado que debe atender la empresa. (Solórzano, 2013)

2.2.2.3. Protagonistas de la calidad en la atención al cliente

Una forma de visualizar a los protagonistas de la calidad en la atención al cliente es el modelo del triángulo del servicio de Albrecht y Zemke (citado en Solórzano, 2013) quienes consideran útil pensar en la organización y el cliente como aspectos íntimamente vinculados en una relación triangular, representada por la estrategia de servicio, la gente y los sistemas, los cuales giran alrededor del cliente en una interacción creativa. (p. 10)

- a) **Estrategias:** La estrategia incluye las políticas o lineamientos generales de la empresa dirigidos hacia el cliente. La estrategia de orientación al cliente se caracteriza por la preocupación de adaptar la oferta de la empresa a las necesidades y deseos del cliente, por el esfuerzo en adaptar la oferta a las necesidades y deseos del cliente para satisfacerlos, por el ajuste de los productos para que se adapten o anticipen a las expectativas de los clientes y por obtener la máxima calidad en la atención al cliente preocupándose de recibir una retroalimentación constante de los consumidores y usuarios.
- b) **Sistemas:** El sistema de prestación de servicio hace referencia a los recursos que utiliza en empleado en la atención al cliente, está dirigido hacia el cliente para satisfacer sus necesidades y expectativas, el cual facilita la compra de los productos o servicios si en caso existiera algún obstáculo se elimina para garantizar el éxito de la atención al cliente.

c) **Gente:** En una empresa con calidad de servicio se espera que los trabajadores conozcan su trabajo, se disponga de un trato agradable y satisfagan las necesidades del cliente. Algunos de los factores clave que contribuyen a que los trabajadores sean afectivos en la atención al cliente son existencia de buena autoestima, para que transmitan confianza, ya que los trabajadores deben comunicarse eficazmente con los clientes, ser respetuosa y educada.

2.2.2.4. Cliente

Un cliente es toda persona que tenga relación con nuestra empresa, un cliente es una persona o grupo de personas que recibe el trabajo que hacemos, este trabajo puede ser un producto o un servicio, cada actividad que se realiza en una organización debe buscar como objetivo primero la satisfacción del cliente, determinando, en primer lugar, quien es el cliente. El cliente que recibe el producto o servicio puede ser clientes externos e internos. (Herrera, 2011, p. 08)

2.2.2.5. Tipos de cliente

a) Cliente externo

Según (Herrera, 2011) refiere que el cliente externo es alguien que no trabaja para la organización, pero que recibe o es impactado por sus productos o servicios. Aunque el cliente como tal, entendido como la persona que compra o alquila los productos de nuestra empresa ha existido siempre, es a partir de los años 80 cuando su figura adquiere importancia capital en la gestión de las empresas. El cliente se vuelve cada vez más exigente a la hora de adquirir sus

productos, y exige niveles cada vez más elevados de calidad al mismo precio.
(p.13)

Se dice incluso, que la razón de ser de la empresa son sus clientes, y que sin clientes no hay empresa que valga. Esta afirmación es muy cierta, pero tampoco debemos olvidar que la meta de una empresa es ganar dinero, y si satisfacer a sus clientes le hace ganar dinero ahora, y dentro de cinco años, mejor.

b) Cliente interno

Según (Herrera, 2011) el cliente interno es alguien que trabaja en la empresa y que depende del trabajo de otros empleados para hacer su propio trabajo. Con el surgimiento de la calidad total aparece la figura del cliente interno. Se trata de toda persona que realiza un trabajo para o dentro de la empresa. Este cliente interno “compra” los productos de otras áreas de la empresa, y valorará estos productos en función de su coste y de la calidad que presenten. (p.13)

2.2.3. Micro y pequeñas empresas

Según (SUNAT, 2019) la micro y pequeñas empresas es la unidad económica constituida para una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Según Ley N°30056

Características de las micro, pequeñas y medianas empresas

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

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

2.3.Marco conceptual

En el marco conceptual citamos un conjunto de términos necesarios para la mejor comprensión de las actividades propias de la gestión de las MYPE sector comercio, rubro venta de calzados deportivos.

- **Micro y pequeñas empresas:** La micro y pequeñas empresas es la unidad económica constituida para una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (SUNAT, 2019)

- **Gestión:** Es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia. (FCA UNAM, 2016)
- **Calidad:** Término utilizado para describir las características de un producto y/o un servicio. Estas características deben ser medibles en términos cualitativos y cuantitativos. (Herrera, 2011, p. 07)
- **Gestión de calidad:** Actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad, (inspección del producto final, identificación de las necesidades del cliente. (Novillo et al., 2017)
- **Atención al cliente:** La atención al cliente es el servicio que proporciona una empresa u organización a sus clientes o usuarios al atender sus consultas, pedidos o reclamos, es decir, es un concepto amplio que incluye el servicio post venta de un bien o servicio, y aporta de forma sustancial a la construcción de la imagen empresarial. (Solórzano, 2013)
- **Cliente:** Un cliente es toda persona que tenga relación con nuestra empresa. existen clientes externos e internos. Los primeros son los típicos clientes, aquellos que compran nuestros productos. Los internos son los propios trabajadores de la empresa, sus proveedores, etc. y un producto de calidad será aquel que cumpla sus expectativas. Por ejemplo, un informe de marketing para la dirección sólo será útil si contiene la información que necesita la dirección, pero si es excesivamente largo o corto, perderá parte de su valor. (Herrera, 2011, p. 08)
- **Atención:** Todo lo que implica ser bien atendido, como por ejemplo ser bien recibido, sentirse apreciado, ser escuchado, recibir información, ser

ayudado y además, invitado a regresar. No debemos dar lugar a la apatía, la indiferencia o el desprecio y debemos despojarnos de nuestros prejuicios motivados por la impresión o apariencia que muestra el cliente. (Herrera, 2011, p. 33)

- **Zapatos:** Calzado de vestir, generalmente fabricado en cuero o material sintético y con un leve taco en la suela. (Inversiones, 2019, p. 03)
- **Zapatillas:** Término utilizado para el calzado de casa y para el calzado deportivo, fabricado en piel, lona y/o materiales sintéticos con suela de goma. (Inversiones, 2019, p. 03)
- **Botas o botines:** Calzado que cubre el pie y parte del tobillo, puede llegar hasta la rodilla o la ingle. (Inversiones, 2019, p. 03)
- **Sandalias:** Calzado abierto y ligero, con suela de caucho y poliuretano normalmente. (Inversiones, 2019, 03)

III. HIPÓTESIS

En la investigación no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptivo. Según (Hernández, 2014) Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (P. 92)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El tipo de investigación fue cuantitativa. Según (Hernández, 2014) la investigación cuantitativa ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista basado en conteos y magnitudes. También brinda una gran posibilidad de repetición y se centra en puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares. (P. 48)

El nivel de investigación fue descriptivo. Según (Hernández, 2014) indica que los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (P. 92)

El diseño de investigación fue no experimental según (Hernández, 2014) es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables, se observa fenómenos tal como se dan en su contexto natural. De corte transversal porque su propósito es describir variables y analizar sus incidencia e interrelación en un momento dado. (P. 154)

4.2.Población y muestra

La población de la investigación estuvo conformada por 10 MYPE dedicados a la venta de calzados deportivos en el mercado 24 de octubre – Juliaca, debidamente empadronados fuente obtenido por la administración del mercado. (Montero, 2001) afirma que, ante el escaso número de sujetos, no será necesario extraer una muestra, se trabajó con el 100% de la población.

Muestra

La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población. (Hernández, 2014, p. 173)

Muestra 1

Para la variable de gestión de calidad se trabajó con el 100% de los representantes de la venta de calzados deportivos en el mercado 24 de octubre el cual es de 10 MYPE. El tipo de muestreo es no probabilístico, (Hernández, 2014) las muestras no probabilísticas, son un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, se utiliza en diversas investigaciones ya sea cuantitativo o cualitativo.

Muestra 2

Para conocer el nivel de atención al cliente se trabajó con una población de 300 clientes: $N = 300$, esta información se obtuvo según al registro de ventas que

tiene cada uno de los microempresarios en su control el cual corresponde al mes de noviembre del 2019. Se utilizó el tipo de muestreo probabilístico, (Hernández, 2014) refiere que, todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis.

Fórmula para hallar el tamaño muestral:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2(N-1) + Z^2 * p * q}$$

Z²: Nivel de confianza = (1,96)² igual al 95%

p: Probabilidad a favor = 0,5

q: Probabilidad en contra = 0.5

N: Población = 300

E: Margen de error = 0,05 igual a 5%

n: Tamaño de la muestra = 168

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES					
VARIABLE	DEFINICIONES	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADORES	MEDICIÓN
GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE	Gestión de calidad La gestión de calidad, consiste en el conjunto de acciones orientadas a planificar, organizar y controlar la función de calidad de una organización, con vistas a la mejora continua de la calidad del producto y de la posición competitiva, así como a optimizar la creación de valor para los grupos de interés considerados clave. (FCA UNAM, 2016, p. 254)	Planificar	Según (Novillo, Parra, Ramón y López, 2017) refiere como el desarrollo de los productos o procesos que vamos a requerir para satisfacer las necesidades de los clientes	- Identificar clientes	Ordinal
		Controlar	Según (Novillo et al., 2017) describe que en esta parte se busca encontrar las posibles desviaciones, tomando en consideración los estándares planificados para el producto o servicio versus los productos realizados.	- Vigilar - Monitorear	
		Mejorar	Según (Novillo et al., 2017) refiere que en la mejora de calidad se considera la generación de un sistema organizado para corregir las falencias originadas en la fase de planificación, para así evitar futuros problemas de calidad.	- Motivación - Capacitación	
	Atención al cliente (Solórzano, 2013) La atención al cliente tiene como principio que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora, ya que toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. (P.08)	Calidad de servicio	Según (Camisón, César; Cruz, Sonia y González, 2013) refiere que se trata de factores determinantes de la percepción de la calidad de servicio, y la literatura se refiere a estos atributos con el término de dimensiones.	- Respuesta - Atención - Comunicación - Accesibilidad - Amabilidad - Credibilidad - Comprensión	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de datos se utilizó como técnica la encuesta y su instrumento el cuestionario, que fue aplicada a la unidad de la muestra. El cuestionario estuvo conformado por un conjunto de preguntas cuyo origen fueron los indicadores que miden las dimensiones de cada una de las variables, utilizando la escala de Likert. (Hernández, 2014) refiere que, consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, el contenido de las preguntas de un cuestionario es tan variado como los aspectos que mide.

4.5. Plan de análisis

Se ha utilizado el programa Excel para elaborar las tablas de frecuencia absoluta y relativa, ya que el programa cuenta con funciones de conteo automático, también se han elaborado las figuras que ayudaron a describir las variables de estudios, estas figuras permitieron visualizar el análisis de resultados de la investigación. Todos estos datos se procesaron a través del programa mencionado debido a que permite la ponderación requerida y brinda la confiabilidad del caso. (Hernández, 2014) describe que, se transfiere todos los valores registrados en los instrumentos aplicados a un archivo/matriz de un programa computarizado de análisis estadístico (IBM SPSS Minitab o equivalente), sino se cuenta con el programa, los datos se capturan en un documento de Excel y luego se trasladan a un archivo del programa de análisis.

4.6. Matriz de consistencia

Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019.

4.7.Principios éticos

En este trabajo de investigación se ha utilizado los principios éticos establecidos en el código de ética de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote versión 002, aprobado con Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH Católica.

- **Protección a las personas:** Se aseguró de respetar la dignidad humana, la confidencialidad y la privacidad de los trabajadores, manteniendo toda la información en reserva y solamente tendrá acceso a la data de información el investigador.
- **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** Se respetó al medio ambiente porque no se trabajó con plantas y animales.
- **Libre participación y derecho a estar informado:** Se informó a los participantes sobre la investigación que se va a desarrollar, además cada uno es libre de elegir si desea participar en la investigación por voluntad propia.
- **Beneficencia no maleficencia:** Se aseguró el bienestar de las personas que participan en la investigación y no ocasionar ningún daño físico o psicológico, más bien se busca que con la información que se proporcione puedan solucionar sus dudas y conocer más del tema de la investigación.
- **Justicia:** Todas las personas que participen en esta investigación se les aseguró que tendrán acceso de manera equitativa para ver los resultados o la información sobre la investigación.
- **Integridad científica:** Se mantendrá la honestidad, la transparencia, justa y responsable para asegurar la investigación.

V. RESULTADOS

5.1.Resultados

Tabla 1

Conoce usted el concepto de gestión de calidad

ITEM	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	1	10.00%
2 En desacuerdo	5	50.00%
3 Neutral	3	30.00%
4 De acuerdo	1	10.00%
5 Totalmente de acuerdo	0	0.00%
TOTAL	10	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.



Figura 1. Conoce usted el concepto de gestión de calidad
Fuente. Tabla 1

Interpretación: Los resultados de la investigación demuestran que el 50% está en desacuerdo que no conocen el concepto de gestión de calidad, el 30% de los microempresarios fueron imparcial con la respuesta, el 10% está de acuerdo que conoce el concepto de gestión de calidad. y el otro 10% está totalmente en desacuerdo que no conocen el concepto de gestión de calidad.

Tabla 2

Exhibe la misión, visión y valores

ITEM	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
2 En desacuerdo	5	50.00%
3 Neutral	1	10.00%
4 De acuerdo	3	30.00%
5 Totalmente de acuerdo	1	10.00%
TOTAL	10	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.

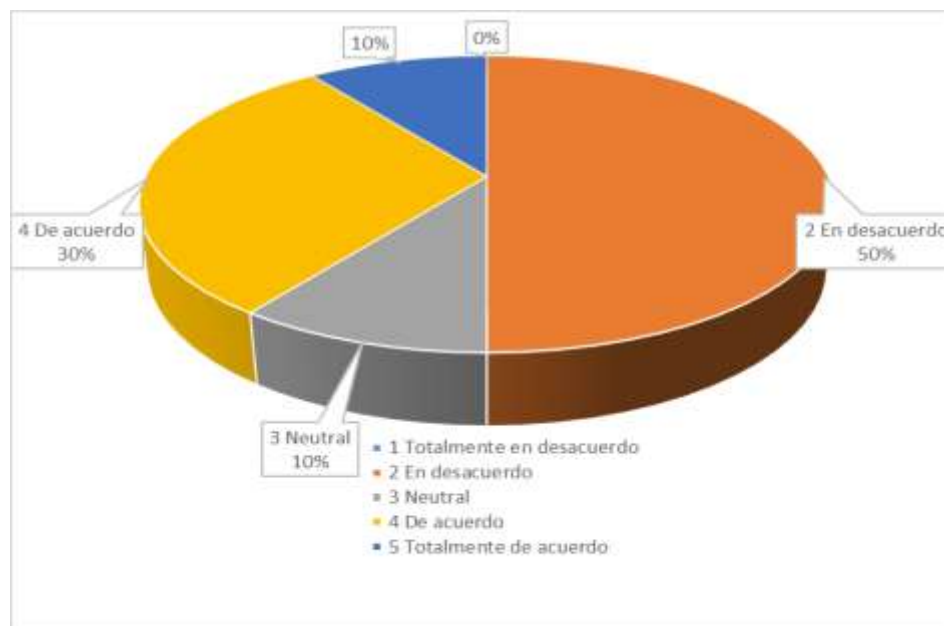


Figura 2. Exhibe la misión, visión y objetivo

Fuente: Tabla 2

Interpretación: Según la encuesta realizada a los microempresarios el 50% está en desacuerdo que no ha definido y no exhibe la misión, visión y valores de la empresa, 30% está de acuerdo que debe definir y exhibir la misión, visión y valores de la empresa, el 10% totalmente de acuerdo en definir y exhibir la misión, visión y valores de la empresa y el 10% no opina.

Tabla 3

Identifica a los posibles clientes

ITEM	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
2 En desacuerdo	1	10.00%
3 Neutral	2	20.00%
4 De acuerdo	5	50.00%
5 Totalmente de acuerdo	2	20.00%
TOTAL	10	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.



Figura 3. Identifica a los posibles clientes

Fuente: Tabla 3

Interpretación: Según la investigación realizada a los microempresarios en estudio, 50% está de acuerdo que, si identifica a los posibles clientes de la empresa, 20% de los microempresarios está totalmente de acuerdo que la empresa si identifica a los posibles clientes, 20% no opina y el 10% está en desacuerdo.

Tabla 4

Considera las necesidades del consumidor

ITEM	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
2 En desacuerdo	3	30.00%
3 Neutral	0	0.00%
4 De acuerdo	6	60.00%
5 Totalmente de acuerdo	1	10.00%
TOTAL	10	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.

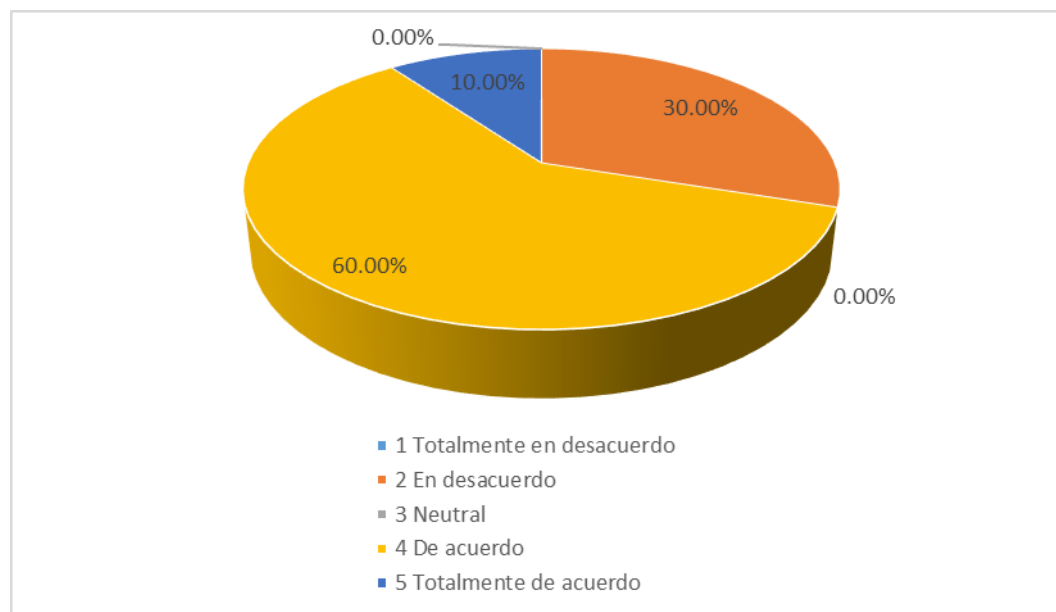


Figura 4. Considera las necesidades del consumidor

Fuente. Tabla 4

Interpretación: Los resultados de la investigación demuestran que el 60% de los microempresarios están de acuerdo que ofrecen productos tomando en consideración las necesidades del consumidor, 30% en desacuerdo porque no considera las necesidades del consumidor y el 10% de los representantes está totalmente de acuerdo en ofrecer productos tomando en consideración las necesidades del consumidor.

Tabla 5

Vigila el proceso de compra y venta

ITEM	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	1	10.00%
2 En desacuerdo	4	40.00%
3 Neutral	1	10.00%
4 De acuerdo	2	20.00%
5 Totalmente de acuerdo	2	20.00%
TOTAL	10	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.

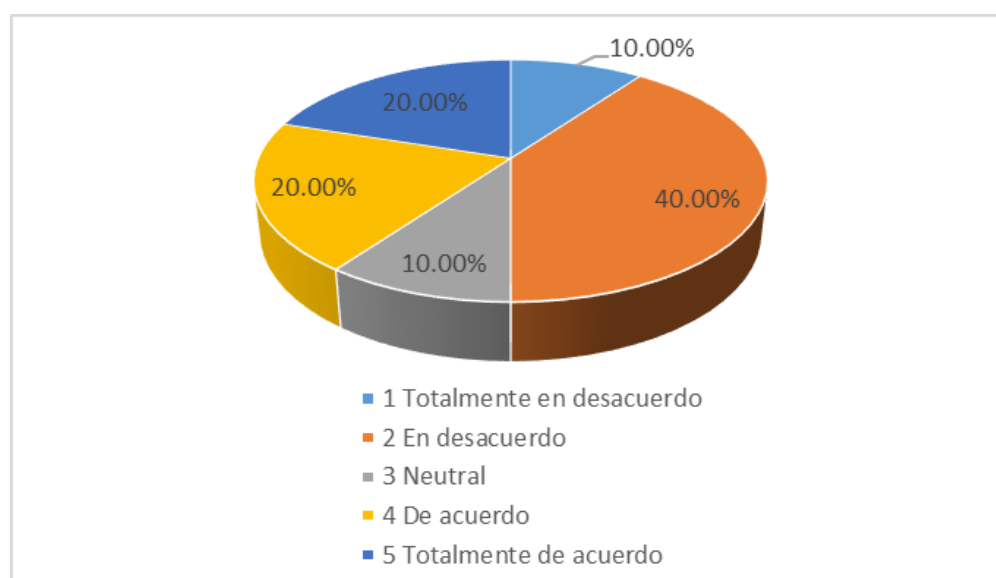


Figura 5. Vigila el proceso de compra y venta de productos

Fuente. Tabla 5

Interpretación: Según los datos obtenidos de la encuesta aplicada el 40% en desacuerdo porque no vigila el proceso de compra y venta de los productos, 20% de los representantes está totalmente de acuerdo porque si vigila los procesos de compra y venta, 20% de acuerdo en que si vigila los procesos de compra y venta, el 10% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el otro 10% totalmente en desacuerdo.

Tabla 6

Monitoreo de productos

ITEM	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
2 En desacuerdo	2	20.00%
3 Neutral	1	10.00%
4 De acuerdo	4	40.00%
5 Totalmente de acuerdo	3	30.00%
TOTAL	10	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.



Figura 6. Monitoreo de productos

Fuente. Tabla 6

Interpretación: Según la investigación realizada el 40% está de acuerdo en que, si monitorea la calidad de los productos frecuentemente, 30% de los representantes está totalmente de acuerdo que, si monitorea la calidad de los productos con más frecuencia, 20% de los representantes está en desacuerdo y el 10% no está ni de acuerdo ni desacuerdo.

Tabla 7

Mejoramiento de la calidad

ITEM	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
2 En desacuerdo	1	10.00%
3 Neutral	1	10.00%
4 De acuerdo	5	50.00%
5 Totalmente de acuerdo	3	30.00%
TOTAL	10	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.



Figura 7. Mejoramiento de calidad

Fuente. Tabla 7

Interpretación: En el análisis de las encuestas realizadas a los microempresarios el 50% de los encuestados está de acuerdo que si se motiva a sus empleados para realizar las acciones del servicio, 30% de los representantes está totalmente de acuerdo que se motiva a sus empleados para realizar las acciones del servicio, seguido de un 10% que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 10% está en desacuerdo.

Tabla 8

Capacita al personal

ITEM	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
2 En desacuerdo	2	20.00%
3 Neutral	1	10.00%
4 De acuerdo	4	40.00%
5 Totalmente de acuerdo	3	30.00%
TOTAL	10	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.

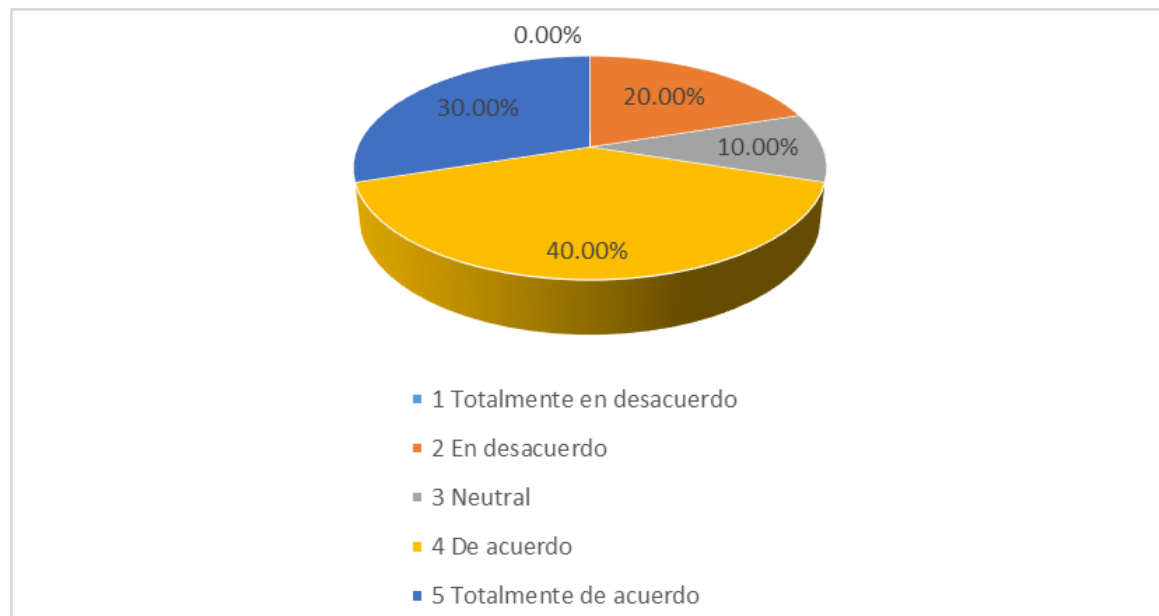


Figura 8. Recibe capacitaciones

Fuente. Tabla 8

Interpretación: Según las encuestas realizadas el 40% de los representantes está de acuerdo en capacitar al personal para obtener resultados óptimos en la mejora del servicio, 30% de los representantes está totalmente de acuerdo en capacitar al personal para obtener resultados óptimos en la mejora del servicio, seguido del 20% en desacuerdo y el 10% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 9

Recibe atención inmediata

ITEM	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	30	17.86%
2 En desacuerdo	65	38.69%
3 Neutral	14	8.33%
4 De acuerdo	41	24.40%
5 Totalmente de acuerdo	18	10.71%
TOTAL	168	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.

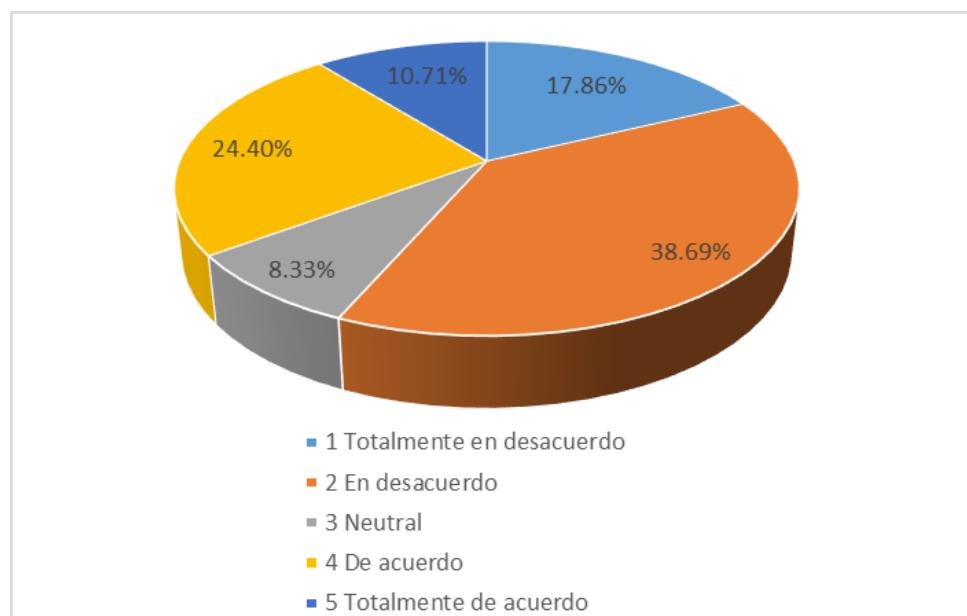


Figura 9. Recibe atención inmediata

Fuente. Tabla 9

Interpretación: Los resultados obtenidos nos demuestran que el 38.69% de los clientes está en desacuerdo con la atención inmediata que ofrecen los empleados, el 24.40% de los clientes está de acuerdo con la atención inmediata que ofrecen los empleados, el 17.86% está totalmente en desacuerdo con la atención inmediata, el 10.71% totalmente de acuerdo y el 8.33% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 10

Tiempo de espera

ITEM	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	30	17.86%
2 En desacuerdo	61	36.31%
3 Neutral	14	8.33%
4 De acuerdo	41	24.40%
5 Totalmente de acuerdo	22	13.10%
TOTAL	168	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.

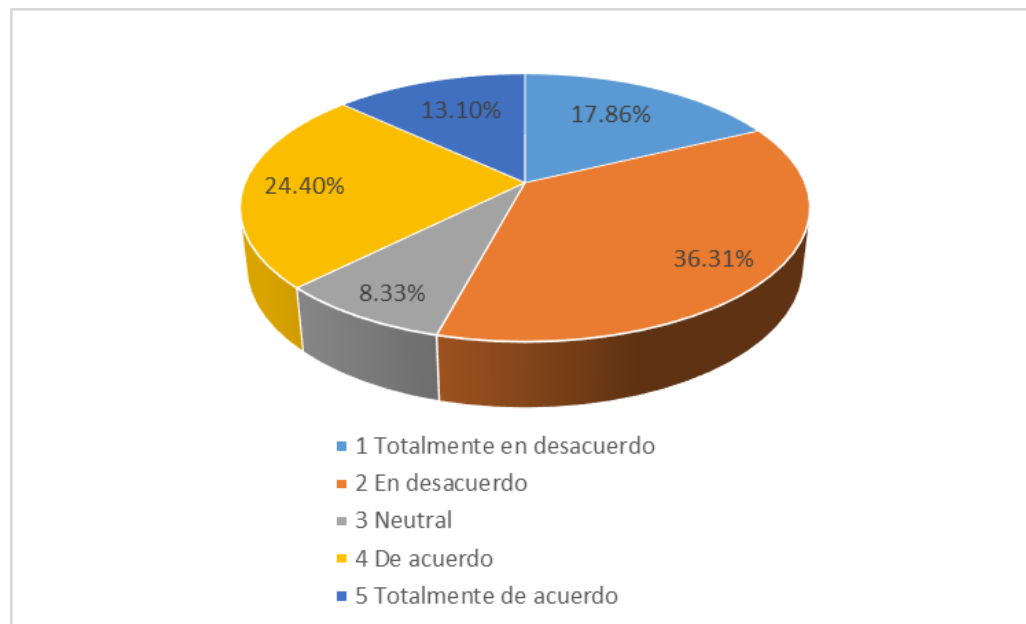


Figura 10. Tiempo de espera

Fuente. Tabla 10

Interpretación: Según la encuesta realizada el 36.31% de los clientes están en desacuerdo con el tiempo de espera para ser atendidos por el personal no es el adecuado, 24.40% está de acuerdo con el tiempo de espera para ser atendidos por el personal, 17.86% está totalmente en desacuerdo con el tiempo de espera para ser atendidos, 13.10% de los clientes está totalmente de acuerdo y el 8.33% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 11

El personal se encuentra capacitado

ITEM	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	29	17.26%
2 En desacuerdo	39	23.21%
3 Neutral	14	8.33%
4 De acuerdo	48	28.57%
5 Totalmente de acuerdo	38	22.62%
TOTAL	168	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.



Figura 11. *El personal se encuentra capacitado*

Fuente. Tabla 11

Interpretación: Los resultados de la investigación demuestran que 28.57% de los clientes están de acuerdo que el personal si se encuentra capacitado para brindar un servicio seguro y fiable, 23.21% está en desacuerdo que el personal se encuentre capacitado para brindar un servicio seguro y fiable, el 22.62% de los clientes están totalmente de acuerdo que el personal si se encuentra capacitado para brindar un servicio seguro y fiable, seguido de un 17.26% totalmente en desacuerdo y el 8.33% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 12

Está contento con el trato del personal

ITEM	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	42	25.00%
2 En desacuerdo	51	30.36%
3 Neutral	10	5.95%
4 De acuerdo	36	21.43%
5 Totalmente de acuerdo	29	17.26%
TOTAL	168	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.

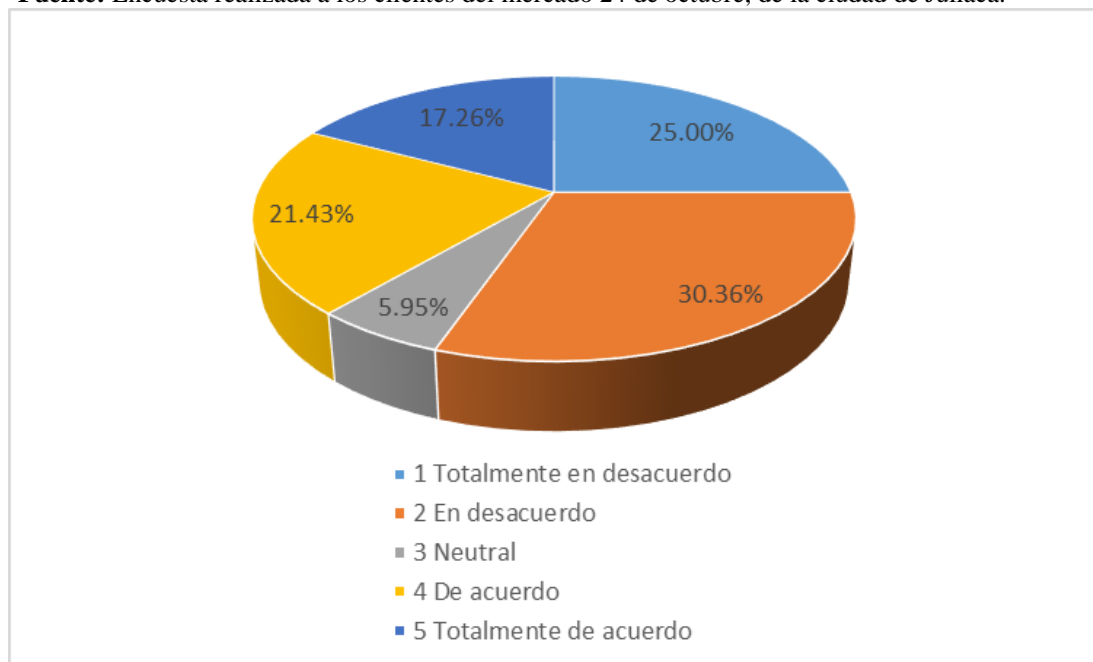


Figura 12. Trato del personal

Fuente. Tabla 12

Interpretación: Según la investigación realizada el 30.36% de los clientes están en desacuerdo con el trato que les brinda el personal de la empresa, 25.00% de los clientes están totalmente en desacuerdo con el trato que les brinda el personal de la empresa, seguido de un 21.43% que está de acuerdo con el trato que les brinda el personal de la empresa, 17.26% totalmente de acuerdo y el 5.95% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 13

Los productos son confiables

ITEM	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	12	7.14%
2 En desacuerdo	31	18.45%
3 Neutral	63	37.50%
4 De acuerdo	27	16.07%
5 Totalmente de acuerdo	35	20.83%
TOTAL	168	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.

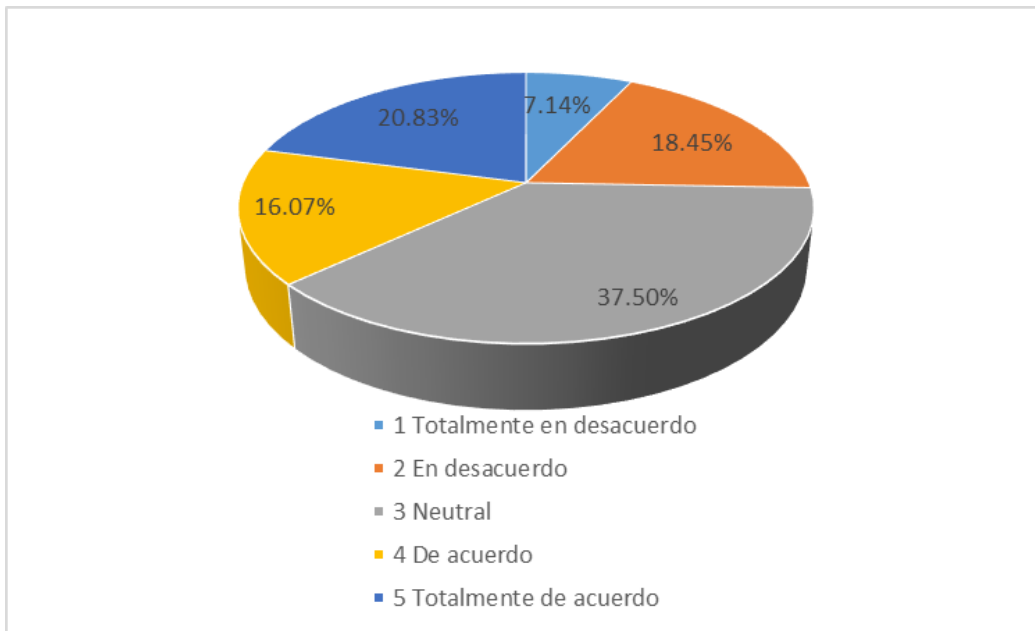


Figura 13. *Los productos son confiables*

Fuente. Tabla 13

Interpretación: La investigación realizado a los clientes demuestra que el 37.50% de los encuestados fueron imparcial ya que no saben si los productos que ofrece la empresa sean confiables, 20.83% de los clientes están totalmente de acuerdo que los productos que ofrece la empresa si son confiables, 18.45% de los clientes están en desacuerdo que los productos que ofrece la empresa sean son confiables, seguido de un 16.07% que está de acuerdo y el 7.14% totalmente en desacuerdo.

Tabla 14

Los reclamos y sugerencias son atendidos inmediatamente

ITEM	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	27	16.07%
2 En desacuerdo	44	26.19%
3 Neutral	12	7.14%
4 De acuerdo	49	29.17%
5 Totalmente de acuerdo	36	21.43%
TOTAL	168	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.



Figura 14. Reclamos y sugerencias

Fuente. Tabla 14

Interpretación: Según la encuesta realizada el 29.17% de los clientes están de acuerdo que el personal de la empresa atiende inmediatamente los reclamos y sugerencias de los clientes, 26.19% en desacuerdo que el personal de la empresa atiende inmediatamente los reclamos y sugerencias de los clientes, 21.43% que están totalmente de acuerdo que los reclamos y sugerencias son atendidos inmediatamente, seguido de un 16.07% totalmente en desacuerdo y el 7.14% de los encuestados fueron imparcial ya que no saben si el personal de la empresa atiende inmediatamente los reclamos y sugerencias de los clientes

Tabla 15

Inspira confianza y seguridad en la información

ITEM	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	34	20.24%
2 En desacuerdo	31	18.45%
3 Neutral	17	10.12%
4 De acuerdo	41	24.40%
5 Totalmente de acuerdo	45	26.79%
TOTAL	168	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.



Figura 15. *Inspira confianza y seguridad en la información*

Fuente. Tabla 15

Interpretación: Los resultados de la investigación demuestran que el 26.79% de los clientes están totalmente de acuerdo que el personal de la empresa si inspira confianza y seguridad en la información que transmite, 24.40% están de acuerdo que el personal de la empresa inspira confianza y seguridad, 20.24% totalmente en desacuerdo que el personal de la empresa inspira confianza y seguridad, seguido de un 18.45% en desacuerdo y el 10.12% de los encuestados fueron imparcial con su respuesta.

Tabla 16

Disponibile para prestar atención individualizada

ITEM	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	27	16.07%
2 En desacuerdo	33	19.64%
3 Neutral	17	10.12%
4 De acuerdo	43	25.60%
5 Totalmente de acuerdo	48	28.57%
TOTAL	168	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.

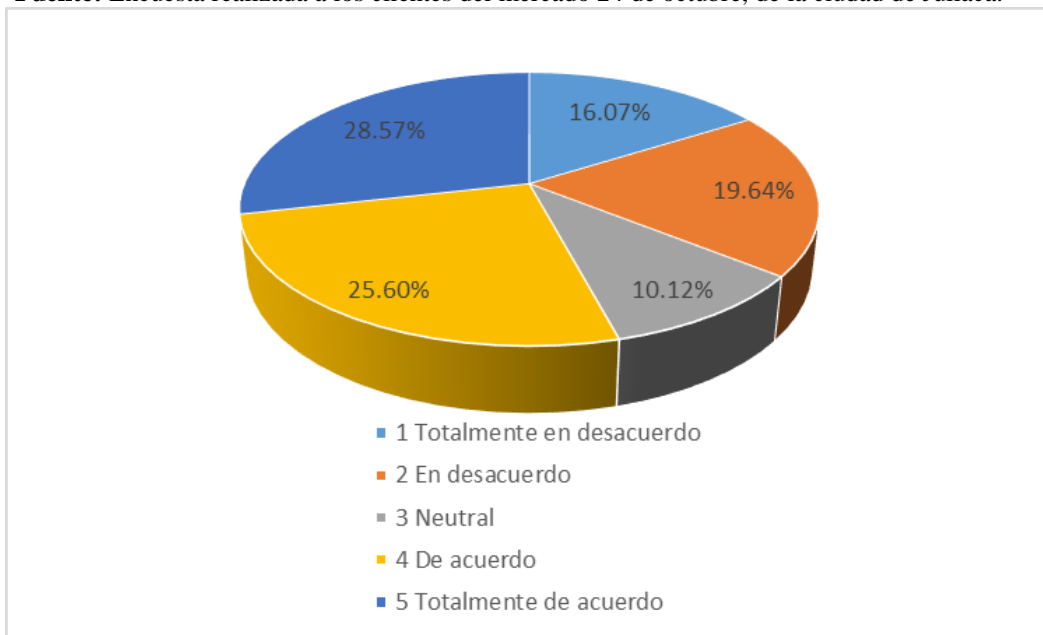


Figura 16: Atención individualizada

Fuente: Tabla 16

Interpretación: Los resultados indican que el 28.57% de los clientes están totalmente de acuerdo que el personal siempre está disponible para prestar una atención individualizada, 25.60% está de acuerdo que el personal si está disponible para prestar atención individualizada, seguido de un 19.64% en desacuerdo, el 16.07% totalmente en desacuerdo y el 10.12% fueron imparcial con su respuesta.

Tabla 17

El ambiente es limpio y cómodo

ITEM	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Totalmente en desacuerdo	24	14.29%
2 En desacuerdo	36	21.43%
3 Neutral	11	6.55%
4 De acuerdo	45	26.79%
5 Totalmente de acuerdo	52	30.95%
TOTAL	168	100.00%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes del mercado 24 de octubre, de la ciudad de Juliaca.

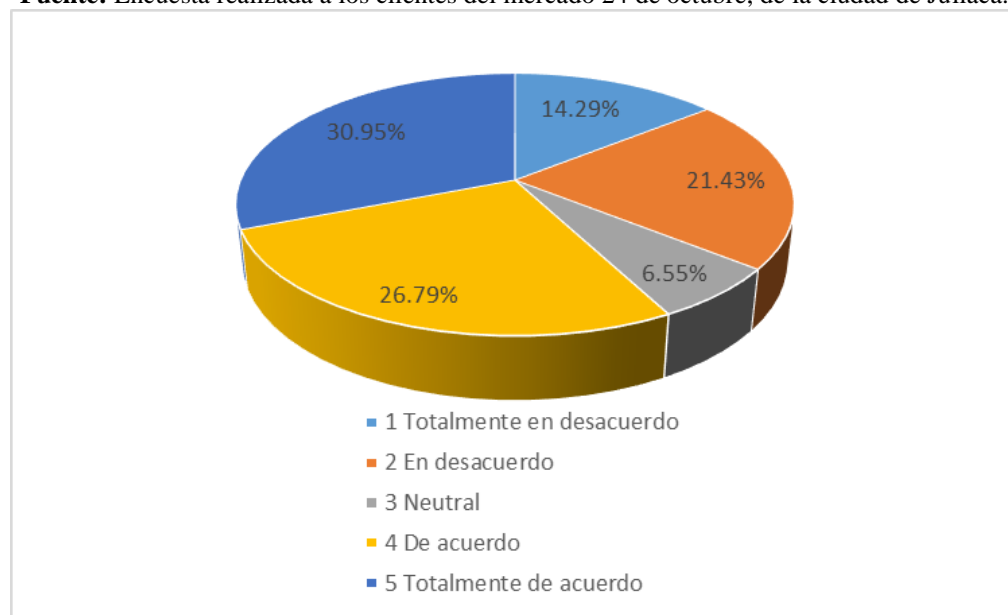


Figura 17: *El ambiente es limpio y cómodo*

Fuente: Tabla 17

Interpretación: Según la encuesta realizada a los clientes se obtuvo el siguiente resultado que el 30.95% está totalmente de acuerdo que el ambiente de la empresa es limpio y cómodo para recibir al cliente, 26.79% está de acuerdo que el ambiente de la empresa es limpio y cómodo para recibir al cliente, seguido de un 21.43% que no están en desacuerdo, el 14.29% totalmente en desacuerdo y el 6.55% fueron imparcial con su respuesta.

5.2.Análisis de resultados

Referente al objetivo general

Con respecto al objetivo general, sobre si conocen el concepto de gestión de calidad el 60% de los microempresarios no conocen el concepto de gestión de calidad por lo que el 50% tampoco ha definido y no exhibe la misión, visión y valores de la empresa, resultado que coincide con la investigación de (Bacca, 2016) donde el 77.8% no tiene conocimientos de gestión y técnicas de calidad, por esta razón carecen de misión y visión. Dicho resultado concuerda con (Palma et al., 2018) la gestión de calidad determina el crecimiento y mejora de las empresas, puesto a que para poder estar presente en un mercado cada vez más competitivo, las empresas tienen que apostar por la calidad del servicio. De acuerdo con el análisis realizado, los microempresarios deben capacitarse sobre el tema de gestión de calidad en atención al cliente ya que les permitirá analizar las necesidades de sus clientes y permitirá conocer los procesos adecuados para que tenga una eficiente producción y prestación de servicio.

Referente al objetivo específico determinar las características de gestión de calidad

Con respecto a la dimensión planificar la calidad el 70% de los microempresarios si identifican a sus posibles clientes de la empresa, asimismo el 70% de los microempresarios ofrecen productos tomando en consideración las necesidades del consumidor, un resultado similar (Juárez, 2019) en su trabajo de investigación llegó al siguiente resultado que el 100% de las empresas están totalmente de acuerdo en que su preocupan por identificar a sus posibles cliente y que el 60% de los microempresarios identifican las necesidades de los clientes, tal como lo manifiesta

(Novillo et al., 2017) es el desarrollo de los productos o procesos que vamos a necesitar para satisfacer las necesidades de los clientes. Se concluye que la intención de los microempresarios es ofrecer sus servicios y darle aquello que requieren o necesita el cliente para tenerlos más adelante como clientes fijos.

Con respecto a la dimensión control de calidad el 70% de los microempresarios consideran que si se debe monitorear la calidad de sus productos frecuentemente para tomar las medidas necesarias y corregir los errores si en caso se encuentre un producto con algún error, esto no coincide con los resultados obtenidos por (Cabrejos, 2018) donde el 75% de los empleados manifiestan que no tienen un adecuado control de calidad, por lo que (Herrera, 2011) manifiesta que la idea es elaborar productos no defectuosos por medio del control estricto de los procesos y evitar que esos productos lleguen al cliente. Con ello se concluye que la mayoría de los microempresarios se preocupan por brindar un mejor servicio a sus clientes y evitan que el producto defectuoso llegue al cliente.

Con respecto a la dimensión mejora de calidad el 80% de los microempresarios motivan a sus empleados a realizar o emprender mejorar en el servicio, esto se realiza cuando se permite la participación de los empleados en las decisiones de la empresa, estos resultados coinciden con la investigación de (Juárez, 2019) el 100% de las empresas afirman que motivan a sus empleados a realizar o emprender mejoras en el servicio, al respecto (Novillo et al., 2017) afirma que, la mejora de calidad se considera un sistema organizado por lo que se debe definir, formar e incentivar al grupo de personas que trabajaran en los proyectos de mejora. Se concluye el personal de la

empresa puede dar sus apreciaciones con respecto al servicio que brindan y cuentan sus experiencias a la vez pueden sugerir cómo es que se puede mejorar un servicio de atención al cliente.

Referente a las características de atención al cliente

Respecto a la atención inmediata el 56.55% el cual corresponde a 95 clientes encuestados que es la mayoría confirmaron que no reciben atención inmediata por parte de los empleados, esto no concuerda con la investigación de (Ferrero, 2017) donde el 100% señala que si se atiende de manera inmediata a los cliente por parte del personal de la empresa, por lo tanto según (Cervantes, 2017) es aquello que se puede definir como el porcentaje de los pedidos que tiene la empresa como es su capacidad de respuesta, si es capaz de atender dentro de un plazo determinado, por lo tanto representa el grado de satisfacción de los clientes. Se finaliza que los empleados no atienden inmediatamente a los clientes lo que ocasiona que dejen de consumir sus productos y de paso perjudica la imagen de la empresa.

Respecto al trato que brinda el personal de la empresa 55.36% el cual corresponde a 93 clientes encuestados que es la mayoría, manifestaron que no están contentos con el trato que les brinda el personal de empresa, resultado que se contradice con la investigación de (Quispe, 2018) donde el 82% de clientes consideran que la atención al cliente es buena ya que logra incrementar las ventas de la empresa, del mismo modo (Arellano, 2017) afirmar que, un nivel alto de calidad en el servicio proporciona a las organizaciones considerables beneficios en cuanto a su participación en el mercado, productividad, costos, motivación de su personal y distinción frente a la competencia.

Finalizando así que el buen trato al cliente es fundamental y que beneficia a la empresa ya que logrará incrementar ventas y conseguir clientes fieles.

Respecto a los reclamos y sugerencias el 50.6% de los encuestados el cual corresponde a 85 clientes que es la mayoría, manifiestan que el personal de la empresa si atiende inmediatamente los reclamos y sugerencias de los clientes, esto no coincide con los resultados encontrados por (Bacca, 2016) en su trabajo de investigación donde el 66.7% no atienden sugerencias del cliente, ni atienden reclamos, al respecto (Tigani, 2006) afirma que, debemos generar capacidad para mostrar afecto por el cliente interno y externo, se debe respetar la sensibilidad de la gente, porque muchas veces es altamente vulnerable a nuestro trato. Cuando se trata de atender reclamos, quejas y clientes irritables, no hay nada peor que una actitud simétrica o de mala voluntad. Se finaliza que los microempresarios deben preocuparse en que los empleados de la empresa atiendan los reclamos y sugerencias de los clientes de manera inmediata para que el cliente se vaya satisfecho con la atención que se le brinda y debe implementar un libro de reclamaciones que esté alcance del cliente.

Respecto al ambiente el 57.74% de los encuestados el cual corresponde a 97 clientes que es la mayoría, manifestaron que el ambiente de la empresa si es limpio y cómodo, resultado que coincide con trabajo de investigación de (Vargas, 2017) donde la mayoría de los usuarios (148) mencionan que es buena la limpieza y esto representa matemáticamente un 86.55%, según (Tigani, 2006) afirma que, tener un ambiente agradable para el cliente implica ser bien atendido, como por ejemplo ser bien recibido, sentirse apreciado, ser escuchado, recibir información, etc. Se finaliza que los

microempresarios del mercado 24 de octubre si tienen un ambiente limpio y cómodo, donde el cliente se siente a gusto, con la limpieza, el orden, etc.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Referente al objetivo general el cual es determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las MYPE del rubro venta de calzados deportivos en el mercado 24 de octubre del distrito de Juliaca, se muestra que los microempresarios no conocen el término gestión de calidad por lo que no exhiben la misión, visión y valores de la empresa, llegando a la conclusión de que los microempresarios deben capacitarse sobre el tema gestión de calidad en atención al cliente ya que con esto podrán analizar de mejor manera las necesidades de sus clientes y a la vez les permitirá conocer los procesos adecuados para que tenga una eficiente producción y prestación de servicio.

Con respecto a las características de la gestión de calidad en las MYPE del rubro venta de calzados deportivos en el mercado 24 de octubre del distrito de Juliaca, muestra que los microempresarios al momento de ofrecer sus productos toman en consideración las necesidades de sus clientes, de igual manera los microempresarios se preocupan por brindar un mejor servicio a sus clientes evitan que el producto defectuoso llegue al cliente, es por ello que consideran lo importante que es monitorear la calidad de sus productos frecuentemente para corregir errores si en caso se encuentre un producto con algún error, asimismo los microempresarios motivan a sus empleados a que participen en las decisiones que tomen ya que ellos con su experiencia de atender a los clientes pueden sugerir cómo es que se puede mejorar la calidad de servicio en atención al cliente.

Con respecto a las características de la atención al cliente en las MYPE del rubro venta de calzados deportivos en el mercado 24 de octubre del distrito de Juliaca, se muestra que los empleados no atienden inmediatamente a los clientes, de igual manera no brindan un buen trato a los clientes, pero si atienden de manera inmediata los reclamos y sugerencias de los clientes, de igual manera se concluye que el ambiente si es cómodo y limpio, todo esto beneficia a la empresa y ayuda a incrementar ventas asimismo le permite conseguir clientes fieles.

Recomendaciones

Se recomienda a los representantes de las MYPE, que deben de implementar herramientas de gestión de calidad, para que así puedan mejorar sus servicios hacia los clientes y puedan buscar la fidelización de sus clientes.

Se recomienda a los representantes de las MYPE implementar el plan de capacitación esta herramienta permite a los trabajadores desarrollar sus habilidades y conocimientos para que puedan realizar sus tareas de manera más efectiva.

Se recomienda mejorar la atención inmediata y el trato a los clientes, implementando un manual de procedimientos de atención al cliente, en el que se detallen las políticas, procesos y responsabilidades de las personas involucradas en el proceso de atención al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arellano, H. (2017). *La calidad en el servicio como ventaja competitiva. Dominio de Las Ciencias*, 3(3), 689–713. <https://doi.org/10.23857/dc.v3i3>
- Arias, A. (2014). *la gestión de calidad: conceptos básicos*. 1–47.
- Ariza Ramírez, F. J., & Ariza Ramírez, J. M. (2017). *Información y atención al cliente Certificados de profesionalidad Libro de texto*. 15. www.mhe.es/cp/comercomarketing
- Bacca, L. (2016). *Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De Atención Al Cliente En Las Mypes Del Sector Comercial Rubro Venta De Calzado Deportivo, Distrito De Iquitos, Año 2017. Universidad Catolica Los Angeles de CHimbote*, 195.
- Cabrejos, F. E. S. (2018). *Cliente En El Restaurant El Gourmet Urbano En El Distrito De San Isidro*, 2015. 123. http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4339/3/sandoval_cfe.pdf
- Calla, K. (2019). *Gestión De Calidad En Atención Al Cliente De Las Mype Del Sector Servicio Rubro Cafeterías De La Ciudad Juliaca- 2019*.
- Camisón, César; Cruz, Sonia y González, T. (2013). *Gestión de la calidad, conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. In *Libro* (Vol. 1). <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5081/1/UPS-CYT00109.pdf>
- Ccapa, Y. (2019). *Gestión de calidad con el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector comercio, rubro venta de equipos informáticos de la Ciudad de Juliaca, 2019*.
- Ccuno, M. (2019). *La gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del Distrito de Putina año 2019*.
- Cervantes, J. A. (2017). *Importancia de la excelencia en el servicio al cliente. ABA Journal*, 102(4), 24–25. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2570>
- comercio, E. (10 de julio de 2018). *75% de empresas no se disculpan con el cliente que reclama*, págs. <https://elcomercio.pe/economia/peru/75-empresas-disculpan-cliente-reclama-noticia-534850-noticia/>.
- Espinoza, R. (2018). *Gestión de calidad y desarrollo agroexportador de los productores de piña del cantón Naranjito, provincia del Guayas, Ecuador 2011 - 2016 TESIS Para optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias*.

- FCA UNAM. (2016). *Capítulo 4. Enfoques de Gestión de la Calidad* (pp. 1–57).
- Ferrero, D. (2017). *Gestión De La Calidad Y La Satisfacción Del Cliente De La Empresa De Seguridad Tacna Sac, 2018. Normas Tributarias, 84.*
http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1891/Casas_Ochochoque_Joel_Rainier.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Flores, L. de la cruz. (2016). *Caracterización De Formalización Y Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio-Rubro Zapaterías En La Ciudad De Tarapoto-Provincia De San Martín, Período 2016. Informe.*
- Guerra, A. (2015). *Evaluación de la calidad de la atención al cliente en las empresas lácteas de la Ciudad de San Juan de Pasto, Departamento de Nariño.*
- Guerra, S. (2019). *“Diseño procesos para la atención al cliente de la empresa Fibernet Cía . Ltda . En la Ciudad de Ambato ”.*
- Hernández, Hugo; Barrios, Ignacio; Martínez, D. (2018). *Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. 16(28), 179–195.*
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación* (S. A. D. C. V. E. McGRAW-HILL / Interamericana Editores (ed.); 6ta Edición).
- Herrera, J. N. (2011). *Introducción a la calidad Capítulo 1 Contenido del módulo. Curso Decalidad Por Interner, 1, 32.*
- Huayta, R. (2019). *Gestión De Calidad En Atención Al Cliente De La Mype Multiventas Stma Trinidad E.I.R.L. Del Sector Servicio Del Distrito De Juliaca, Año 2019.*
- Inversiones, E. exportación e. (2019). *Calzado en Perú. 1–10.*
- Jemes Campaña, I. C., Romero-Galisteo, R. P., Labajos Manzanares, M. T., & Moreno Morales, N. (2019). *Evaluación de la calidad de servicio en Atención Temprana: revisión sistemática Inmaculada. Anales de Pediatría, 90(5), 301–309.* <https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2018.04.014>
- Juárez, P. (2019). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro postal - del Distrito de Lince, Lima 2018.*
- Ley N°30056. (2013). *Ley Que Modifica Diversas Leyes Para Facilitar La Inversión, Impulsar El Desarrollo Productivo Y El Crecimiento Empresarial.*

- Naranjo, F. J. (2015). *Sistemas de Gestión: Valor Estratégico de las Organizaciones. BLOG Seidor*, 1. <http://blog.seidor.com/infraestructura/sistemas-de-gestion-valor-estrategico-de-las-organizaciones/>
- Novillo, E., Parra, E., & Ramón, Dolores y López, M. (2017). *Gestión de la calidad: un enfoque práctico. Primera ed*, 1–170. <http://hdl.handle.net/123456789/93>
- Palma, A. M., Torres, R., & Murillo, K. (2018). *Los servicios en la Gestión de Calidad. Revista Ciencias Sociales y Económicas-UTEQ*, 2(2), 39–57.
- Pincay, Y. (2020). *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*. 6, 1118–1142.
- Quispe, Y. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del Distrito de Juliaca, año 2018*. 1–33. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/Control_Interno_Administrativo_Sanchez_Adanaque_Enid_Yaqueline.Pdf?Sequence=1
- Salazar, V., Lorenzo, N., Martínez, B., Alanis, L., Sánchez, V., Lorenzo, N., Salazar, V., Buentello, C. P., Gómez, L. A., & Sánchez, V. L. V. (2019). *La atención al cliente , el servicio , el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios Customer service , service , product and price as determining variables of customer satisfaction in a servi.*
- Solórzano, G. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente, para el funcionamiento de las empresas. Revista El Buzón de Pacioli*, 1(82), 4–13. <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- SUNAT, (2019). www.sunat.gob.pe.
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en Servicio Excelencia en Servicio*, 1 -70.
- Vargas, R. (2017). *Diseño de indicadores de gestión de calidad para el Servicio de laboratorio del Centro de Salud Villa Nuevo Potosí en el segundo semestre del 2014*.

ANEXOS

Anexo 01: Relación de MYPE

N°	RAZÓN SOCIAL	APELLIDOS Y NOMBRES	RUC
01	ARTUR'S	Mamani Condori, Héctor Rubén	10431926330
02	REYVAL	Mamani Vargas, Elba Verónica	10410561811
03	SHANI	Tony Barrionuevo, Rosario A.	10296049391
04	YOLAX	Mamani Ramos, Yolanda	10433019437
05	AIKER	Huarhua Ancalle, Juana Nena	10292669513
06	ARIES	Mamani Condori, Luis Beltrán	10444470173
07	BENPORT	Bendita Quispe, Manuel	10020441572
08	V'JOEL	Mamani Calla, Julia	10020352596
09	REY COOLS	Quequejana Condori, Mario	10296072091
10	COBRA	Quispe Quispe de Bendita, Feliza	10297005842

Anexo 02: Encuesta para los microempresarios



CUESTIONARIO APLICADO AL DUEÑO O MICROEMPRESARIOS DE LAS MYPE DEL ÁMBITO DE ESTUDIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de la MYPE, para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019”

La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se agradece por su valiosa información y colaboración.

5		4	3	2	1				
Totalmente de acuerdo		De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo				
N°	GESTIÓN DE CALIDAD			ESCALAS					
	1	2	3	4	5				
01	Gestión de calidad	Conoce usted el concepto de gestión de calidad							
02		Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa							
03	Planificar	La empresa identifica los posibles clientes de la organización							
04		Los productos que ofrece son tomando en consideración a las necesidades del consumidor							
05	Controlar	Vigila el proceso de compra y venta de los productos							
06		Se realiza un monitoreo frecuente sobre la calidad de los productos							
07	Mejorar	Motiva a sus empleados a realizar las acciones del servicio.							
08		A capacitado al personal para obtener resultados óptimos en la mejora							

OBSERVACIONES:

.....
.....

Anexo 03: Encuesta para los clientes



CUESTIONARIO APLICADO A LOS CLIENTES DE LAS MYPE DEL ÁMBITO DE ESTUDIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE, para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019”

La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se agradece por su valiosa información y colaboración.

5	4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo


N°	ATENCIÓN AL CLIENTE		ESCALAS				
			1	2	3	4	5
01	Calidad de servicio	Los empleados atienden de manera inmediata a los clientes.					
02		El tiempo de espera para ser atendido por el personal es el adecuado.					
03		El personal se encuentra capacitado para brindar un servicio seguro y fiable.					
04		Se siente contento con el trato que le brinda el personal de la empresa.					
05		Los productos que ofrece la empresa son confiables.					
06		Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente por el personal de la empresa.					
07		El personal de la empresa inspiran confianza y seguridad en la información que trasmite.					
08		El personal siempre está disponible para prestar una atención individual a los clientes.					
09		El ambiente de la empresa son limpios y cómodos para recibir al cliente.					

OBSERVACIONES:

.....

.....

Anexo 04: Consentimiento informado de los representantes de las MYPE


UNIVERSIDAD CATHOLICA LOS ANGELES
CHIMBO

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Estimado participante:

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

La presente investigación se titula: **Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019** y es dirigido por Elizabeth Marlety Conderi Mamani, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019, asimismo se proporcionará información al entrevistado el cual servirá para conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, la atención al cliente es vital para el crecimiento del negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y terminan siendo como sus competidores se llevan a cada uno de ellos tomados de la mano.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le toma 3 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Whatsapp N° 965006244 y si desea, también podrá escribir al correo lizzaticoma@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbo.

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

Nombre: Marlety Conderi Hider Ruben

Fecha: 28-11-2019

Correo electrónico: hidermarletyconderi@gmail.com

Firma del participante: [Firma] RUC: 10431926330

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Estimado participante:

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

La presente investigación se titula: **Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019** y es dirigido por Elizabeth Maritzy Condori Mamani, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019, asimismo se proporcionará información al interesado el cual servirá para conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, la atención al cliente es vital para el crecimiento del negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y terminan viendo como sus competidores se llevan a cada uno de ellos tomados de la mano.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 3 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Whatsapp N° 96506244 y si desea, también podrá escribir al correo: lizzalicona@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Rosario A. Tony Barralicona

Fecha: 23 de Noviembre del 2019

Correo electrónico: rosariatony@hotmail.com

Firma del participante: [Firma] tel. 10296049391

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Caricada participante

La Calidad de sus productos en Ciencias Sociales, es referente sobre el proceso de investigación y submete su consentimiento. De aceptar al investigador y sus/o quedará con una copia.

La presente investigación se trata: **Calidad de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Bienes Vivos de Calados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019** y es dirigida por: **Elisbeth Muñoz Córdova** Mestrado, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

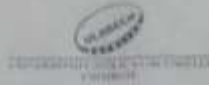
El propósito de la investigación es: **Determinar las principales características de la Calidad de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Bienes Vivos de Calados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019, así como se proporcionará información al interesado el cual servirá para conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, la atención al cliente es vital para el crecimiento del negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y terminan siendo como sus competidores si tienen a cada uno de ellos tomados de la mano.**

Para ello se le invita a participar en una encuesta que le tomará 7 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpir en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Whatsapp N° 96556244 y si desea, también podrá escribir al correo licad@ucalca.edu.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Juan fernando Huachun Amada
Fecha: 18-11-2019
Correo electrónico: 493353051
Ejemplar del participante: 3 RUC: 10260661513
Firma del investigador (o encargado de recoger información): JCH.



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Estimado participante:

La finalidad de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con sus copias.

La presente investigación se titula: **Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019** y es dirigido por Elizabeth Martony Condori Mamani, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimborazo.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019, asimismo se proporcionará información al interesado el cual servirá para conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, la atención al cliente es vital para el crecimiento del negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y serían vistos como sus competidores se llevan a cada uno de ellos tomados de la mano.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 3 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Al finalizar la investigación, usted será informado de los resultados a través del Whatsapp N° 965006244 y si desea, también podrá escribir al correo lizaticoma@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Angeles de Chimborazo.

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

Nombre: Yolanda Hancosi Ramos

Fecha: 18-11-2019

Correo electrónico: _____

Firma del participante: [Firma] RUC: 10455059737 "YOLAX"

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

[Firma]
C.A.



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Estimado participante:

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

La presente investigación se titula: **Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019** y es dirigido por Elizabeth Marleny Condori Mamani, investigadora de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019, asimismo se proporcionará información al interesado al cual servirá para conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, la atención al cliente es vital para el crecimiento del negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y terminan viendo como sus competidores se llevan a cada uno de ellos tomados de la mano.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 3 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Whatsapp N° 965006244 y si desea, también podrá escribir al correo lizzaticona@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

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

Nombre: Elba Verónica Manzanera Vargas

Fecha: 28-11-2019

Correo electrónico: lizzaticona@gmail.com

Firma del participante: [Firma] 10410561811 "REYVAL"

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Estimado participante:

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

La presente investigación se titula: **Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019** y es dirigido por Elizabeth Marleny Condori Mamani, investigadora de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019, asimismo se proporcionará información al interesado el cual servirá para conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, la atención al cliente es vital para el crecimiento del negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y ser más eficientes siendo como sus competidores se basan a cada uno de ellos tomados de la mano.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 3 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Whatsapp N° 965006244 y si desea, también podrá escribir al correo lizaticonda@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

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

Nombre: Juan Baltrán Hermoso Condori

Fecha: 18-11-2019

Correo electrónico: 998074094

Firma del participante: [Firma] RUC: 30444470173 "ARIES"

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]



PROTICOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Estimado participante:

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

La presente investigación se titula: **Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Ruteo Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Joliza, 2019** y es dirigida por Elizabeth Marjory Condori Mamani, Investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Ruteo Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Joliza, 2019, asimismo se proporcionará información al interesado el cual servirá para conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, la atención al cliente es vital para el crecimiento del negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y terminan siendo como sus competidores se llevan a cada uno de ellos tomados de la mano.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 3 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Whatsapp N° 963006244 y si desea, también podrá escribir al correo lizzaticora@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

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

Nombre: Manuel Benito Guispe

Fecha: 18-11-2019

Celular electrónico: 951631245

Firma del participante: [Firma] RUC: 0020441572 "BENPORT"

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Estimado participante:

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

La presente investigación se titula: **Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019** y es dirigido por Elizabeth Marleny Condori Mamani, investigadora de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019, asimismo se proporcionará información al interesado el cual servirá para conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, la atención al cliente es vital para el crecimiento del negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y terminan siendo como sus competidores se llevan a cada uno de ellos tomados de la mano.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 3 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Whatsapp N° 965006244 y si desea, también podrá escribir al correo lizzatorosa@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbo.

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

Nombre: Mario Saequejama Condori

Fecha: 18-11-2019

Correo electrónico: 970684532

Firma del participante: [Firma]

RUC: 16296072091 [®] REY COOLS

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

[Firma]
JCF



PROTOKOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Estimado participante:

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

La presente investigación se titula: **Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019** y es dirigido por Elizabeth Mañero Córdova Mamani, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019, asimismo se proporcionará información al interesado el cual servirá para conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, la atención al cliente es vital para el crecimiento del negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y terminan virando contra sus competidores se flexan a cada uno de ellos tomados de la mano.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Whatsapp N° 965006244 y si desea, también podrá escribir al correo licenciado@uclosangeles.edu.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Julia Mamani Colla

Fecha: 18-11-2019

Celular electrónico: 944008183

Firma del participante: [Firma]

RUC: 10020352596 "V. JODEL"

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Estimado participante:

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

La presente investigación se titula: **Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019** y es dirigido por Elizabeth Marley Condori Mamani, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019, asimismo se proporcionará información al interesado el cual servirá para conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, la atención al cliente es vital para el crecimiento del negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y terminan vendiendo como sus competidores se les van a cada uno de ellos tomados de la mano.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 3 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Whatsapp N° 965006244 y si desea, también podrá escribir al correo lizati@ucla.edu.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

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

Nombre: Feliza Guispe Guispe de Bendita


Fecha: 18-11-2019

Código electrónico: 974501091

Firma del participante: [Firma] DUC: 10297085842 "COBRA"

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Anexo 05: Consentimiento informado de los clientes


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBO

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Estimado participante:

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

La presente investigación se titula: **Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019** y es dirigido por Elizabeth Marley Condoel Mamani, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019, asimismo se proporcionará información al interesado el cual servirá para conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, la atención al cliente es vital para el crecimiento del negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y terminan siendo como sus competidores se llevan a cada uno de ellos tomados de la mano.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 3 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Whatsapp N° 963006244 y si desea, también podrá escribir al correo lizzatolina@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbo.

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

Nombre: Edith Luján Gonzales Mamani

Fecha: 18-11-2019

Correo electrónico: lizzatolina@gmail.com

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Estimado participante:

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

La presente investigación se titula: **Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019** y es dirigido por Elizabeth Marleny Conderi Mamani, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019, asimismo se proporcionará información al interesado el cual servirá para conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, la atención al cliente es vital para el crecimiento del negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y terminan siendo como sus competidores se llevan a cada uno de ellos tomados de la mano.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 3 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Whatsapp N° 965006244 y si desea, también podrá escribir al correo lizaticona@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbo.


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

Nombre: DR. FIORELA ENDRER DIAZ

Fecha: 25 - 11 - 2019

Correo electrónico: 4324FIORELA@GMAIL.COM

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Estimado participante:

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

La presente investigación se titula: **Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019** y es dirigido por Elizabeth Marleny Concha Mamani, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

El propósito de la investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio, Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019, asimismo se proporcionará información al interesado el cual servirá para conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, la atención al cliente es vital para el crecimiento del negocio, algunas empresas no aplican estrategias que les permitan mejorar la atención que ofrecen a sus clientes y terminan siendo como sus competidores se llevan a cada uno de ellos tomados de la mano.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 3 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Whatsapp N° 965006244 y si desea, también podrá escribir al correo lizaticona@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

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

Nombre: NOVA CAROLINA MASHARA MASHARA


Fecha: 18-11-2019

Correo electrónico: caralmashara93@gmail.com

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Anexo 06: Encuesta realizado a los clientes



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS CLIENTES
DE LAS MYPE DEL ÁMBITO DE ESTUDIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE, para desarrollar el trabajo de investigación denominado "Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019"

La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se agradece por su valiosa información y colaboración.

5	4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

N°	ATENCIÓN AL CLIENTE	ESCALAS				
		1	2	3	4	5
01	Calidad de servicio	Los empleados atienden de manera inmediata a los clientes.				
02		El tiempo de espera para ser atendido por el personal es el adecuado.				
03		El personal se encuentra capacitado para brindar un servicio seguro y fiable.				
04		Se siente contento con el trato que le brinda el personal de la empresa.				
05		Los productos que ofrece la empresa son confiables.				
06		Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente por el personal de la empresa.				
07		El personal de la empresa inspiran confianza y seguridad en la información que trasmite.				
08		El personal siempre está disponible para prestar una atención individual a los clientes.				
09		El ambiente de la empresa son limpios y cómodos para recibir al cliente.				


OBSERVACIONES:

.....

.....

.....

Anexo 07: Encuesta realizado a los microempresarios


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
CUESTIONARIO APLICADO AL DUEÑO O MICROEMPRESARIOS
DE LAS MYPE DEL ÁMBITO DE ESTUDIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de la MYPE, para desarrollar el trabajo de investigación denominado "Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las MYPE Sector Comercio Rubro Venta de Calzados Deportivos, Mercado 24 de octubre, Juliaca, 2019"

La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se agradece por su valiosa información y colaboración.

5	4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

N°	GESTIÓN DE CALIDAD	ESCALAS				
		1	2	3	4	5
01	Gestión de calidad		X			
02	Conoce usted el concepto de gestión de calidad		X			
	Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa		X			
03	Planificar				X	
04	La empresa identifica los posibles clientes de la organización				X	
	Los productos que ofrece son tomando en consideración a las necesidades del consumidor				X	
05	Controlar		X			
06	Vigila el proceso de compra y venta de los productos		X			
	Se realiza un monitoreo más detallado de los productos				X	
07	Mejorar				X	
08	Exige el mejoramiento de la calidad de atención al cliente a su personal				X	
	Proporciona capacitación acerca de cómo mejorar la calidad de atención al cliente.				X	

OBSERVACIONES:

Anexo 08: Fotos









