



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO COMERCIO DE
ROPA EN MERCADO PLATAFORMA JUAN VELASCO
ALVARADO PIURA –AÑO 2019.**

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

AUTOR

**FLORES CALLE BELGICA MASIEL
COD ORCID: 0000-0001-7649-1908**

ASESOR

**PELÁEZ CAMACHO HÉCTOR YVAN
COD ORCID: 0000 0002 5394 1037**

PIURA – PERÚ

2021

TITULO

**GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LAS MYPE RUBRO COMERCIO DE ROPA EN MERCADO
PLATAFORMA JUAN VELASCO ALVARADO PIURA –AÑO
2019.**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA:

Flores Calle Belgica Masiel

COD ORCID: 0000-0001-7649-1908

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

ASESOR:

Peláez Camacho Héctor Yvan

COD ORCID: 0000 0002 5394 1037

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

JURADO:

MGTR: VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS

COD ORCID: 0000000320276920

MGTR: IVÁN GUZMÁN CASTRO

COD ORCID: 0000000246504322

MGTR: MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA

COD ORCID: 000000017372741X

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

.....
MGTR: VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS

COD ORCID: 0000000320276920

PRESIDENTE

.....
MGTR: IVÁN GUZMÁN CASTRO

COD ORCID: 0000000246504322

MIEMBRO

.....
MGTR: MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA

COD ORCID: 000000017372741X

MIEMBRO

.....
PELÁEZ CAMACHO HÉCTOR YVAN

COD ORCID: 0000 0002 5394 1037

ASESOR

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a Dios, por el día a día lleno de bendiciones que nos concede, por mantenernos con salud y por brindarme los conocimientos para poder desarrollar esta investigación.

A mis padres, porque con su esfuerzo me permitenseguir con mis estudios y por motivarme siempre a lograr mi objetivo.

Al docente tutor, y a la universidad por permitirme adquirir los conocimientos y las experiencias necesarias para ser excelentes profesionales de calidad.

DEDICATORIA

A mis padres, por su amor incondicional y esa paciencia única que me brindan y por los valores que día a día me inculcan, para así poder alcanzar todas mis metas propuestas.

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tuvo como objetivo determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura –año 2019. Se empleó la metodología de investigación cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal. Las unidades económicas en estudio fueron 04 MYPE rubro comercio de ropa 4 gerentes y 12 trabajadores para la variable gestión de calidad, para la variable atención al cliente se trabajó con 147 clientes según aplicación de muestreo, se aplicó un instrumento de recojo de información que fue validado por expertos. Se pudo determinar: **OE 1:** el 56% miden la satisfacción de los clientes; el 63% si se proporciona los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad, el 56% comparten conocimientos y experiencias en equipo. **OE 2:** el 88% de los trabajadores si se encuentran informados sobre las normas ISO 9001:2015; y, el 69% cumplen con los requisitos de la norma. **OE 3:** El 83% de los clientes afirman que no se ofrecen ofertas, 75% deducen que los propietarios están interesados en la mejora del servicio. **OE 4:** el 50% de los clientes si se satisface sus necesidades, el 90% deduce que los precios están acorde con el servicio, el 64% de los clientes creen que el establecimiento cuenta con los recursos necesarios para la atención que se le brinda.

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

ABSTRACT

The objective of this research project was to determine the characteristics of the quality management and customer service in the MSEs in the clothing trade in the Juan Velasco Alvarado Piura platform market - 2019 year. non-experimental and cross-sectional. The economic units under study were 04 MYPE clothing trade, 4 managers and 12 workers for the quality management variable, for the customer service variable, 147 clients were worked according to the sampling application, an information collection instrument was applied that was validated by experts. . It was possible to determine: SO 1: 56% measure customer satisfaction; 63% if resources and freedom are provided to act with responsibility and authority, 56% share knowledge and experiences as a team. SO 2: 88% of workers if they are informed about the ISO 9001: 2015 standards; and 69% meet the requirements of the standard. SO 3: 83% of customers say that no offers are offered, 75% deduce that the owners are interested in improving the service. SO 4: 50% of customers if their needs are satisfied, 90% deduce that the prices are in line with the service, 64% of customers believe that the establishment has the necessary resources for the care provided .

Keywords: Customer service, Quality management, MYPE

INDICE DE CONTENIDO

TITULO.....	ii
EQUIPO DE TRABAJO	iii
HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRAC	viii
INDICE DE CONTENIDO.....	ix
INDICE DE CUADROS.....	x
INDICE DE GRÁFICOS	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISION DE LITERATURA.....	11
2.1. Antecedentes	11
2.2. Bases Teóricas.....	24
III. HIPOTESIS GENERAL	40
IV. METODOLOGÍA	41
4.1. Diseño de la investigación	41
4.2. Población y muestra	42
4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	46
4.4. Técnicas e instrumentos	48
4.5. Plan de análisis.....	49
4.6. Matriz de consistencia	50
4.7. Principios éticos	51
V. RESULTADOS.....	54
5.1. Resultados	54
5.2. Análisis de resultados	82
VI. CONCLUSIONES	88
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	90
VIII. ANEXOS	93
ANEXO 1: ENCUESTA	94
Anexo N° 2: Consentimiento Informado	98
Anexo N° 3: Validación de instrumento	99

INDICE DE CUADROS

Tabla 1: ¿La Mype comercio de ropa comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes?.....	54
Tabla 2: ¿La Mype comercio de ropa mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados?.....	55
Tabla 3: ¿Proporciona al personal los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?	56
Tabla 4: ¿Ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias?	57
Tabla 5: ¿Comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos?	58
Tabla 6: ¿Evalúa los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores?.....	59
Tabla 7: ¿Define el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?	60
Tabla 8: ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas?	61
Tabla 9: ¿Analiza los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos validos?.....	62
Tabla 10: ¿Establece relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?.....	63
Tabla 11: ¿Se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015?	64
Tabla 12: ¿Cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015?	65
Tabla 13: ¿Cree usted que los colaboradores están bien informados de los productos que ofrece?.....	66

Tabla 14: ¿Cuándo el cliente tiene una inquietud es respondida con rapidez? .	67
Tabla 15: ¿La MYPE de comercio de ropa posee clientes fieles?.....	68
Tabla 16: ¿La MYPE de comercio de ropa proporciona ofertas a los clientes?	69
Tabla 17: ¿Cree usted que la MYPE comercial de ropa se interesa por mejorar?	70
Tabla 18: ¿Considera usted que la MYPE de comercio de ropa ha mejorado?	71
Tabla 19: ¿La MYPE de comercio de ropa cuenta con libro de reclamaciones?	72
Tabla 20: ¿La MYPE de comercio de ropa realiza encuestas de satisfacción al cliente?	73
Tabla 21: ¿Acuden clientes frecuentemente a la MYPE de comercio de ropa?	74
Tabla 22: ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa ha tenido recomendaciones?	75
Tabla 23: ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa satisface sus necesidades?	76
Tabla 24: ¿Cree usted que los precios de los productos están acorde con la calidad de servicio y a la satisfacción del cliente?	77
Tabla 25: ¿Para la atención al cliente el tiempo de espera es largo?	78
Tabla 26: ¿Cree que el trato que recibe el cliente desde que llega a la MYPE de comercio de ropa es personalizado?	79
Tabla 27: ¿Cree usted que los clientes se sienten satisfechos después de servicio obtenido?.....	80
Tabla 28: ¿Cree usted que el personal del establecimiento cuenta con los recursos adecuados para la atención al cliente?.....	81

INDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1: ¿La MYPE comercio de ropa comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes?.....	54
Ilustración 2: ¿La MYPE comercio de ropa mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados?	55
Ilustración 3: ¿Proporciona al personal los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?.....	56
Ilustración 4: ¿Ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias?	57
Ilustración 5: ¿Comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos?	58
Ilustración 6: ¿Evalúa los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores?.....	59
Ilustración 7: ¿Define el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?	60
Ilustración 8: ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas?	61
Ilustración 9: ¿Analiza los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos validos?	62
Ilustración 10: ¿Establece relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?	63
Ilustración 11: ¿Se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015?.....	64
Ilustración 12: ¿Cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015?	65
Ilustración 13: ¿Cree usted que los colaboradores están bien informados de los productos que ofrece?.....	66
Ilustración 14: ¿Cuándo el cliente tiene una inquietud es respondida con rapidez?.....	67
Ilustración 15: ¿La MYPE de comercio de ropa posee clientes fieles?	68
Ilustración 16: ¿La MYPE de comercio de ropa proporciona ofertas a los clientes?	69

Ilustración 17: ¿Cree usted que la MYPE comercial de ropa se interesa por mejorar?	70
Ilustración 18: ¿Considera usted que la MYPE de comercio de ropa ha mejorado?	71
Ilustración 19: ¿La MYPE de comercio de ropa cuenta con libro de reclamaciones?	72
Ilustración 20: ¿La MYPE de comercio de ropa realiza encuestas de satisfacción al cliente?	73
Ilustración 21: ¿Acuden clientes frecuentemente a la MYPE de comercio de ropa?	74
Ilustración 22: ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa ha tenido recomendaciones?	75
Ilustración 23: ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa satisface sus necesidades?	76
Ilustración 24: ¿Cree usted que los precios de los productos están acorde con la calidad de servicio y a la satisfacción del cliente?	77
Ilustración 25: ¿Para la atención al cliente el tiempo de espera es largo?.....	78
Ilustración 26: ¿Cree que el trato que recibe el cliente desde que llega a la MYPE de comercio de ropa es personalizado?	79
Ilustración 27: ¿Cree usted que los clientes se sienten satisfechos después de servicio obtenido?	80
Ilustración 28: ¿Cree usted que el personal del establecimiento cuenta con los recursos adecuados para la atención al cliente?.....	81

I. INTRODUCCIÓN

La mayoría de medianas y pequeñas empresas, son determinados como agentes económicos con el fin de garantizar el desarrollo de diferentes países, puesto que la gran población depende de su actividad y desempeño de las mismas, ello debido a su capacidad de crear trabajo y participaciones en diferentes producciones (Cruz, 2015).

La importancia de ofrecer bienes y servicios de calidad es cada vez más esencial en el mercado, la Gestión de calidad es un atributo importante que cada servicio debe contener; la calidad del servicio no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de una empresa constituyendo el centro de interés fundamental la Clave de su éxito o fracaso. Sin calidad no hay un adecuado servicio, por ello es necesario que las empresas garanticen este aspecto de la calidad de servicio (Inquilla, 2019).

En respectiva, la gestión de calidad es una de las herramientas fundamentales cuya finalidad es la administración de los recursos humanos en base a un determinado proceso que es planificado con el fin de mejorar ideas, destrezas y cualidad de los trabajadores.

Actualmente la atención al cliente en las empresas es una respuesta a la necesidad que tiene la empresa, ello radica en tener un personal altamente calificado y

Productivo para de esa manera ser un factor competitivo en el mundo de los negocios (Camacho, 2019).

En toda empresa, el recurso humano es un elemento fundamental para llevar a cabo los objetivos y metas propuestas, a fin de alcanzar la misión propuesta, para ello es necesario que este recurso esté capacitado desde el punto de vista profesional, técnico moral y cultural. Por esta razón, surge la necesidad que en toda entidad se deba implementar programas de adiestramiento que permita desarrollar y actualizar a los trabajadores los conocimientos, habilidades y destrezas adecuadas para desempeñar eficientemente las funciones inherentes al cargo (Marín, 2017).

La atención al cliente se puede utilizar como un método eficaz y este sea distinguido por la competencia, es una fortaleza la cual la MYPE puede tener una ventaja competitiva ante otras entidades que están en condiciones de ofrecer variedades de productos a precios de oferta y otros benéficos que favorecen a los clientes.

Para obtener una buena calidad de atención al cliente, se debe tener presente la prestación que busca el cliente y la experiencia que vive en el momento que hace uso del servicio. Por otro lado, la clave que asegura una buena calidad del mismo es en la satisfacción de las necesidades que tienen los clientes respecto a la organización, enfatizando la determinación de cuál es el problema que tiene el cliente y que este espera una solución inmediata (Chunga, 2018).

En los Estados Unidos las Pymes han sufrido cambios a consecuencia de la crisis económica, lo que ha afectado de manera indirecta, ya que la mayoría de los trabajadores civiles y aquellos que tienen contratos y subcontratos con los gobiernos federales van a tener que laborar menos horas a la semana, lo que significa que se les está recortando un 20% de sus ingresos salariales, lo cual afecta de manera indirecta y habrá mucho menos consumo de productos y servicios y por ende afecta a la supervivencia de las Pymes ya que se niegan a contratar más empleados y podrían recaer en una recesión económica (Agurto, 2019).

Por otro lado, en Venezuela la situación de crisis económica generalizada por la que ha atravesado ese país, ha obligado a que las instituciones, tanto públicas como privadas, se transformen y tengan una visión más articulada en su conjunto, abriendo espacio para la concertación. Se puede decir que en Venezuela existe la necesidad de propiciar condiciones técnico financieras que favorezcan la capacidad de competir de las pequeñas y medianas empresas, así como un mercado de servicios de consultoría, que es necesario poner a disposición de las pymes para orientar y asesorar al empresario, en la identificación de necesidades organizacionales y en la conversión de éstas en requerimientos de servicios de consultoría para el mejoramiento de la empresa.

Por otro lado, las diferentes expectativas internacionales de las MYPE ostentan aportes de ser uno de los elementos primordiales de desarrollo en un enfoque de unidad económica para la contribución de patrimonio, además de la flexibilidad

que posee al ser adaptado ante diferentes necesidades del mercado laboral, siendo este uno de los factores que permitirá provisionar diferentes bienes y servicios teniendo en cuenta las diferentes cadenas de valor que genera el sector (Faytong, 2015).

Haciendo la redundancia que existen varias MYPES creadas por una necesidad laboral, no se toma en cuenta la importancia de tener una buena gestión de calidad que deben de tener según el producto en el que ofrecerá futuramente, sobre todo en los empresarios de rubro comercio de ropa las cuales deben estar en capacidades óptimas para poder ejecutar una buena gestión de calidad y una eficiente atención al cliente, sin embargo tienen mayores problemas con la actualización de la tecnología y dar una buena atención a la necesidad del cliente (Haro, 2019).

La creación de las MYPES surgen por la falta de puestos de trabajo, puesto que las personas guiadas por tal necesidad tratan de ver la forma de generar sus propios ingresos, sin embargo en las últimas décadas estas pequeñas empresas son un factor de gran atención tanto para investigadores y académicos, como por empresarios y políticos.

Para los diferentes ejercicios de la empresa existe diferentes agentes tecnológicos la cual deriva la calidad de servicio, asimismo permita un elevado consentimiento en los clientes, siendo a la vez que ello requiera de diversas inversiones, tornándose en una disposición de generar ventaja competitiva en el mercado

Laboral y de ello obtener un buen servicio y que a la vez el número de clientes se extienda de manera consecutiva (Chunga, 2018).

A nivel nacional el 99,6 % de las empresas que existen son consideradas pequeñas y medianas, según información del Instituto Nacional de Estadística e Informática. El reporte indica que en Perú existían, a junio de 2016, 1.713.272 empresas, de las cuales el 99,6 % son micro, pequeñas y medianas. Las MYPE forman parte de sectores dinámicos en nuestra economía, pero no están aprovechando el potencial que adquirirían de entrar en el sector formal, ni están consolidándose en el mercado como un agente competitivo (Inquilla, 2019).

En relación al aspecto político – legal, se precisa que las micro y pequeñas empresas generan más del 70% de la mano de obra nacional, pero son las más excluidas de la economía; pues, están consideradas como empresas con infraestructura tecnológica deficiente, con una baja productividad y competitividad y, por esa razón, su participación del PBI es menos del 40% y sigue en descenso, pese a que el 99% de las empresas del Perú son MYPE. Por una parte se exige a las empresas de las MYPE que se formalicen; pero, por otra parte, la legislación laboral y tributaria es muy rígida. No hay ninguna promoción para que este sector tenga un mercado estable y pueda cumplir con las obligaciones de una empresa formal. Se debe trabajar por el desarrollo de la pequeña y microempresa, y los gremios, se está dando un primer paso para lograr este objetivo.

En la actualidad, en el Perú así como en otros países, están cruzando por una economía desesperante ante los gobiernos motivo de ello está en relación a la pandemia la cual está acabando poco a poco por falta de compromisos y responsabilidad que deben ser tomadas por uno mismo, el COVID 19, pandemia que ha hecho que las empresas, MYPES, instituciones entre otros decaigan en la economía.

Ante ello, el Perú debe retomar la senda del crecimiento, aunque mantiene una economía vulnerable a los vaivenes de la economía internacional y una marcada desigualdad en la distribución del ingreso económico. Consolidar un crecimiento sostenible requiere entre otras medidas, ampliar el mercado nacional pero sobre todo impulsar el desarrollo de las miles de Micro y pequeñas empresas (MYPES) que generan empleo a una gran cantidad de peruanos. Estas tareas que recaen directamente en las diversas instituciones de nuestro país (Corzo, 2018).

En Piura, la Población Económicamente Activa (PEA), es decir aquella en edad de trabajar, es de 923,178. De este total, 894,582 posee un trabajo y 28,596 está desempleada. La tasa de desempleo en la región llega al 3,1%. Por otro lado, los jóvenes que ni estudian ni trabajan ascienden a 119,503, lo cual representa el 25,1% de la población entre 15 a 29 años. La población juvenil que solo trabaja fue el 47,3%, y los que solo estudian corresponde al 20,7%.

Uno de los principales problemas del Perú no es el desempleo, sino el subempleo, definido como aquellos que trabajan, pero reciben un sueldo menor que un

Ingreso mínimo referencial, estimado en enero de 2018 en 961 soles. De los 31 millones de habitantes, 16 millones son parte de la población económicamente activa (PEA), definidos como aquellos que quieren y pueden trabajar y que tienen más de 14 años.

Los pequeños negocios son considerados como la fuente impulsora del crecimiento económico de un país así como uno de los impulsores en la generación de empleo y reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos cuando un empresario del micro o pequeña empresa crece, genera más empleo porque demanda mayor mano de obra.

En el estudio, ante las unidades de análisis en las micro empresas del sector comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, ante la realidad el servicio que existe en el cliente es una de las mayores preocupaciones el recibir un servicio eficiente, las cuales no están basados a políticas de la propia MYPE, sino que en él tiene que ver los criterios del trabajador con el fin de justificar el ejercicio de un buen servicio sin que genere ninguna insatisfacción por parte del cliente.

Asimismo se puede explicar el aspecto de los proveedores e intermediarios, ya que las microempresas del rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, son comerciantes que venden productos elaborados por otros de acuerdo a la marca y calidad de prenda.

Por otro lado, respecto a las instalaciones del local, se encuentra que la mayor parte son de materiales noble, contando con estructuras internas las cuales en la mayoría de veces resulta ser inadecuado como es el caso del lavatorio y los servicios higiénicos las cuales se utiliza uno solo para todos los clientes, por último la mayoría de los administradores son los mismos propietarios la cual genera tener un desorden en la gestión de calidad.

Por lo antes mencionado el enunciado del problema es el siguiente: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPE, rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019?

Para dar respuesta al enunciado del problema, se planteó el Objetivo General: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019. Para poder lograr el objetivo general, nos hemos planteado lo siguiente objetivos específicos:

- a) Determinar los principios de gestión de calidad de las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.
- b) Analizar el sistema de gestión de calidad de las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.
- c) Identificar las necesidades de los clientes que tienen las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

d) Conocer el nivel de satisfacción de los clientes en las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

El informe se justifica porque tiene como propósito brindar conocimiento a los empresarios de las MYPE del sector en estudio, que son emprendedores natos y buscan rentabilidad inmediata en sus negocios y sin prever que existen técnicas basadas en la calidad que puede impactar en satisfacción al cliente en el negocio.

Asimismo, esta investigación está justificado de manera práctica, ya que tiene como finalidad cumplir con la Ley Universitaria 30220, artículo 45° inciso 45.1, para la obtención del grado de Licenciada, en lo cual se requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés. Así como cumplir con lo establecido con la SUNEDU (2016), Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales. También tiene el objetivo principal de determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPE, rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019, ya que existe un vacío de conocimiento en este aspecto.

De otro lado la presente investigación se justifica teóricamente con la finalidad de lograr determinar cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPE, rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019. Además porque permite cumplir con un

Requisito obligatorio que la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote ha establecido para la obtención del título profesional al término de la carrera universitaria.

El presente estudio beneficiará a la Universidad debido a que servirá de aporte para la biblioteca para futuras investigaciones de estudiantes y empresarios interesados en el rubro en estudio, servirá de instrumento de información a los empresarios de hoy en día para mejorar la gestión de calidad en las MYPE del rubro comercio de ropa, además servirá para adoptar conocimientos acerca de la situación actual de las MYPE del rubro de estudio.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

(Dousdebés & Albán, 2014) en su estudio **Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: Almacenes la Rebaja**, determina la situación actual de las empresas de comercialización de productos de consumo masivo en la ciudad de Quito, Ecuador, tomando como caso de estudio a Almacenes La Rebaja. El estudio se enfoca en los procesos internos de la empresa y, a través de estos, a lograr la gestión de calidad, la satisfacción del cliente y el manejo de las quejas y sugerencias. El estudio realizado se clasifica en el tipo descriptivo y explicativo y se basa en métodos de análisis y síntesis, de inducción y deducción. En virtud de lo señalado, se aplicaron entrevistas y observación directa como principales técnicas investigativas que sirvieron para la determinación del diagnóstico situacional y, posteriormente, al desarrollo de la propuesta final del trabajo. A través de la investigación se determina que la situación de la empresa, en lo que respecta a calidad del servicio, es deficiente, lo que ha conllevado una reducción de las ventas con relación a períodos anteriores. Las principales razones de los problemas relativos a la calidad del servicio son la reducida capacitación de los empleados en relaciones humanas y atención al cliente, la falta de motivación del talento humano de la empresa y desinterés de la

Gerencia en invertir en el desarrollo de soluciones adecuadas a los problemas actuales.

(Morales & Ferié, 2020), en su estudio **Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador**, cuyo objetivo fue analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras en Ecuador, a través de una revisión documental. La metodología se desarrolló bajo el paradigma cualitativo, el método inductivo fue empleando para realizar la revisión documental-descriptiva llevada a cabo en dos fases. La fuente de información estuvo conformada por 38 artículos/trabajos de grado, seleccionándose una muestra de 13 estudios que cumplieron con los criterios establecidos. Se concluye que las PYMES constituyen piezas fundamentales para el crecimiento económico que deben ser acompañadas de un proceso de formación constante que apunte hacia las mejoras de los factores internos (actitudes y conocimiento de los empleados); así como de prácticas propias de la empresa a favor de una gestión de calidad de servicio al cliente, siendo el modelo SERVQUAL uno de los más confiables para la evaluación de la calidad del servicio al cliente en una organización empresarial.

(Salinas, 2015), en su estudio **Sistema de gestión de la calidad en los servicios y su incidencia en las ventas de la Compañía GERIZIM CIA. LTDA**, tuvo como finalidad analizar como incide la carencia de un

Sistema de Gestión de la Calidad en el volumen de ventas de la compañía. El enfoque de la investigación es cualitativo, cuya modalidad básica se apoya en una investigación documental bibliográfica y de campo, y el nivel o tipo de investigación es exploratoria, correlacional y descriptiva. Las técnicas utilizadas son: la observación con su instrumento la ficha de observación, la encuesta con su instrumento el cuestionario y la entrevista. Mediante los resultados obtenidos se estableció las conclusiones y recomendaciones que implican la elaboración de un SGC como alternativa de solución a los problemas detectados. La propuesta de la elaboración de un Sistema de Gestión de Calidad en el que se define misión, visión y objetivos de calidad, además de realizar el manual de calidad con los procedimientos estandarizados y necesarios para mejorar la calidad, tiene como propósito describir la estructura, operación, medición y mejoramiento continuo de la compañía.

(Paz, Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES del sector comercio-rubro venta de ropas para caballeros, del distrito de Huaral 2018, 2020), en su estudio **Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES del sector comercio-rubro venta de ropas para caballeros, del distrito de Huaral 2018**, tuvo como objetivo general, describir las principales características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente, en las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropa para caballeros del Distrito de Huaral 2018. La investigación fue descriptiva, para realizar dicha investigación tuvimos una muestra poblacional de 05 MYPES, a

quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas, utilizando la técnica de encuesta, obteniendo los siguientes resultados: las características de la Gestión de Calidad, vemos que el 100% cuenta con documentos de gestión, el 60.00% realiza evaluaciones del rendimiento de sus, el 100.00% realiza el control del personal y sus, y con respecto a la atención al cliente vemos que el 100.00% demuestran tener credibilidad a la empresa, y el 100.00% de sus clientes demuestran tener confianza a la empresa. En conclusión, consideramos que existen buenas estrategias de las MYPE para la atención al cliente y todos tienen conocimiento de la gestión de calidad, pero aún falta implementarlas en su totalidad para garantizar un buen servicio y una atención con calidad.

(Quispe, 2017), en su estudio **Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjuí, 2017**, tuvo como objetivo dar a conocer las características de la gestión de calidad y formalización en las MYPES del sector comercio rubro ventas de ropas para damas del distrito de Juanjuí, 2017. La metodología utilizada en esta investigación corresponde a un estudio cuantitativo, de nivel descriptivo cuyo diseño es no experimental, descriptivo simple. De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que en las dimensiones atención al cliente y gestión de recursos. Nunca se aplican las ideas de gestión de calidad y formalización; sin embargo en las dimensiones, toma de decisiones, liderazgo, participación de personal, gestión de procesos, mejora continua y relación

con los proveedores algunas veces o siempre se aplica los indicadores de gestión de calidad y formalización.

(Zavaleta, 2019), en su estudio **Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa para niños en el centro comercial Los Ferroles en el distrito de Chimbote, año 2017**, tuvo como objetivo Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de ropa para niños en el Centro Comercial Los Ferroles del distrito de Chimbote, año 2017, investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental- transversal-descriptivo, para llevar a cabo se escogió una muestra poblacional de 14 micro y pequeñas empresas, obteniéndose los siguientes resultados: El 64,29% de las MYPES planifican sus actividades de gestión, el 100% afirma que sus productos y servicio satisfacen las necesidades de los clientes. Y llegando a la conclusión: Los representantes legales de las MYPES dedicadas a la venta de ropa para niños son encargados (64,29%), planifican sus actividades (64,29%), elaboran documentos de gestión (42,86%) y no capacitan al personal en atención al cliente (78,57%).

(Aguiluz, 2019), en su estudio **La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeña empresa, del sector comercio- rubro venta de ropa para damas, av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8, distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016**, tuvo como

Objetivo, determinar las principales características de la Gestión de Calidad y su Influencia en los Beneficios de las MYPES del sector comercio–rubro venta de ropa para damas de la av. Sáenz Peña desde la cuadra 5 a la 8 del Distrito del Callao. La investigación fue no experimental, transversal, cuantitativa, descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 20 MYPES de una población de 20 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas cerradas, aplicando la técnica de encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: El 98% de MYPES entiende sobre la gestión de la calidad, todas se encuentran formalizadas, logrando ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento de sus ventas, por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de MYPES encuestadas tienen conocimiento de la gestión de la calidad y a la vez formalizadas y son competitivas.

(Jaramillo, 2018), en su estudio **Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPES sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017**. En la cual tuvo como objetivo Describir la Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPES, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017, por la cual se determinó mediante el estudio de investigación. La investigación fue de tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño de la investigación es no experimental, para lo cual se utilizó que había una población de Doce

Tiendas Comerciales de Ropa para Damas a quienes se les se aplicara un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta. Obteniéndose como siguiente conclusión de los resultados: Gestión de Calidad. Sin embargo han desarrollado diferentes capacidades para sus negocios y poder ver la calidad de ropa que estas venden, también se ejecutan estrategias específicas para obtener una buena competitividad en el mercado, mejorando la calidad de ropa para damas que se ofrece.

(Paz, 2018), en su estudio **Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES del sector comercio-rubro venta de ropas para caballeros, del distrito de Huaral 2018**, tuvo como objetivo general, describir las principales características de la Gestión de Calidad y la atención al cliente, en las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropa para caballeros del Distrito de Huaral 2018. La investigación fue descriptiva, para realizar dicha investigación tuvimos una muestra poblacional de 05 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas, utilizando la técnica de encuesta, obteniendo los siguientes resultados: las características de la Gestión de Calidad, vemos que el 100% cuenta con documentos de gestión, el 60.00% realiza evaluaciones del rendimiento de sus, el 100.00% realiza el control del personal y sus, y con respecto a la atención al cliente vemos que el 100.00% demuestran tener credibilidad a la empresa, y el 100.00% de sus clientes demuestran tener confianza a la empresa. En conclusión, consideramos que existen buenas estrategias de las MYPE para la atención al cliente y todos tienen conocimiento de la

Gestión de calidad, pero aún falta implementarlas en su totalidad para garantizar un buen servicio y una atención con calidad.

(Vílchez, 2016), en su estudio **Formalización y Gestión de Calidad de las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara (Piura), año 2016**, tuvo como objetivo general identificar los factores que caracterizan a la formalización y gestión de calidad en las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara (Piura), año 2016. El tipo de la investigación fue Descriptiva, nivel cuantitativa, diseño no experimental transversal. Se acudió a las unidades de análisis constituidas por las MYPE del rubro comercio de ropa. Para la variable Gestión de Calidad la población fue de 47 clientes, siendo los principales resultados: El 74.5% de clientes no tienen conocimiento de gestión de calidad, el 87.2% si recibieron del personal un trato amable y respetuoso, el 46.8% prefieren encontrar buena atención en una tienda, el 42.6% la calidad del producto les motivó realizar su compra, el 80.85% si recomendarían la empresa a otras personas.

(Ramírez, 2020) en su estudio **Gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro Ropa en el Mercado de Paita, Año 2020**, tuvo como objetivo Determinar las características que tiene la gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro ropa en el mercado de Paita, año 2020. Se empleó una metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativa, diseño no experimental, siendo la muestra una población infinita por lo tanto acudimos a utilizar la fórmula estadística dando como resultado una

Muestra de 385 para ambas variables, la técnica de recaudación de datos fue la encuesta y como instrumento de la investigación un cuestionario. Así se determinó que la mayoría de los clientes que acuden a las MYPE pertenecen al género femenino, con cuyas edades oscilan 18 a 45 años, la mayoría se encuentran en estado civil solteras, siendo un principal rubro la venta de ropa. Las principales conclusiones fueron, que las MYPE identifican que dentro de la importancia de la gestión de calidad en su mayoría las MYPE si manejan estándares de calidad del producto. Además logran identificar el nivel de satisfacción de los clientes sobre gestión de calidad en su mayoría el producto que se ofrece logra superar sus expectativas de los clientes. Se conoce que las estrategias de marketing en su mayoría, los clientes se sienten satisfechos con los bajos costos de los productos que se le ofrecen. Con respecto a los tipos de marketing en su mayoría se obtiene que dentro de la MYPE si hacen uso de la nueva tecnología, el cliente estará al tanto de las nuevas tendencias y modas.

(Panta, 2018), en su estudio **La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018**, tuvo como objetivo principal determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018. El mismo que se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo

Cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental y transversal, donde mediante la técnica de encuesta se aplicó un cuestionario estructurado de 27 interrogantes, obteniendo como resultados: Respecto a la gestión de calidad la mayoría indica que siempre planifica los objetivos estratégicos del próximo año con un rango de (80%). Por otra parte, algunas veces planifica las políticas de servicio del próximo año (80%), en la totalidad (100%) la empresa solo algunas veces gestiona con organización las políticas de servicio. La empresa implementa estrategias de calidad en las áreas de trabajo destaca un rango de (80%) que lo realiza siempre, la empresa siempre (70%) verifica si los procesos realizados son los óptimos para lograr los resultados planificados, realiza siempre (60%) evaluaciones de sus objetivos con respecto a la calidad de los procesos en la lavandería. Respecto a la atención al cliente solo algunas veces (80%) la empresa realiza capacitaciones de atención al cliente, la empresa siempre (70%) evalúa la conformidad del cliente del servicio realizado, se muestra deficiencia en un (30%).

(Flores, 2016) en su estudio **Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa en el mercado modelo de la provincia de Huarmey, año 2016**, tuvo como objetivo Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del Marketing en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Venta de Ropa en el Mercado Modelo de la Provincia de Huarmey, año 2016. La investigación fue diseño no

experimental – transversal – descriptivo, para llevarla a cabo se escogió una muestra de 15 MYPES de una población que estaba conformada por 30 MYPES, para la recolección de información se ha utilizado un cuestionario bien estructurado de 13 preguntas cerradas aplicado a los representantes de las MYPES a través de una encuesta; que se llegó a obtener los siguientes resultados: Respecto a la Gestión de Calidad, el 60% no conocen sobre la variable, el 80% manifiesta que no utilizan ninguna de las técnicas modernas de gestión de calidad. En conclusión, los representantes de las MYPES no tienen conocimiento sobre lo que es gestión de calidad, y no utilizan ninguna técnica moderna para sus negocios, por eso trabajan esforzadamente por conocer ya que no tienen educación superior.

(Huavil, 2017), en su estudio **Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para caballeros, centro comercial Acomerced, Huacho, 2017**, tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del Marketing en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio - rubro venta minorista de ropa para caballeros, Centro Comercial ACOMERCED Huacho – 2017. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, para la recopilación de la información se realizó en forma dirigida sin muestrasino que se aplicó la encuesta a la población absoluta comprendida por 58 MYPES, a quienes se les formulo un cuestionario de 21 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes

Resultados: En cuanto a las características de la gestión de la calidad la totalidad de las MYPES conocen el término gestión de la calidad sin embargo no la aplican porque tienen un aprendizaje lento para adecuarse a este sistema. Respecto al marketing: las MYPES conoce el termino marketing, pero no aplican ninguna herramienta al respecto, sin embargo los productos que ofrecen colma las expectativas de sus clientes, la mayoría de las MYPES señala que últimamente las ventas a mejorado y tienen la convicción de que el marketing si puede ayudar a mejorar la rentabilidad de su economía.

(Mercedes, 2018), en su estudio **Gestión de calidad bajo el enfoque de servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros, mercado modelo, Chimbote, 2018**, tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa para damasy caballeros, Mercado modelo, Chimbote, 2018. La investigación fue no experimental – transversal- descriptivo, para el recojo de la información seescogió en forma dirigida , una población de 25 micro y pequeñas empresas (MYPES) tomando como muestra al 100% del total, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas cerradas, aplicando la técnica dela encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: el 100% tiene como finalidad generar ganancias, el 100% si conocen el término gestión de calidad, el 100% utiliza la técnica de lluvia de ideas, el 100% asegura que

Las dificultades del personal para aplicar la gestión es la poca iniciativa, el 100% mide el rendimiento del personal a través de la observación, el 72% del personal si está calificado para un buen servicio al cliente.

(Vásquez, 2016), en su estudio **La gestión de calidad con un enfoque en el financiamiento y su influencia en el nivel de ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de ropa para niños del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, año 2016**, tuvo como objetivo Determinar la influencia de la gestión de calidad bajo el enfoque del financiamiento en el nivel de ventas de las micro y pequeñas empresas del Centro comercial los Ferroles rubro venta de ropa para niños, Chimbote año 2016. La investigación fue cuantitativa-descriptiva y experimental, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 26 micro y pequeñas empresas del referido centro comercial , a quienes se les aplicó un cuestionario de 34 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Las conclusiones son las siguientes: Existe una aceptable gestión crediticia, donde los microempresarios, tienen conocimiento de la importancia, del cumplimiento de sus obligaciones, evidenciando con un nivel muy alto de un 65.4%. La gestión de calidad se evidencia en un mayor nivel de desarrollo y crecimiento de la MYPE; esta afirmación es corroborada con los resultados de la investigación: un nivel muy alto del 65.4% y 53.8% respectivamente.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Gestión de calidad

Según Aguiluz, (2019) determina que la gestión de calidad es un proceso que consiste en un conjunto de actividades interrelacionadas y de recursos que transforman unos productos y/o una información (elementos de entrada o inputs) en otros productos y/o información (elementos de salida uoutputs).

La Gestión de calidad es el conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una empresa. El conjunto de acciones indicadas es imprescindible si se quieren lograr los objetivos de la calidad. Es importante destacar que es necesaria la participación de todo el personal del departamento, e incluso de técnicos o especialistas de otros departamentos, en el establecimiento de los objetivos de calidad (Aguiluz, 2019).

Principios de la gestión de calidad

Un principio de gestión es una pauta o convicción amplia y fundamental, para guiar y dirigir una organización, encaminada a la mejora continua en el largo plazo de las prestaciones, por medio de centrarse en el cliente, a la vez que identifica las necesidades de todas las partes interesadas.

Principio 1: organización enfocada al cliente

Salinas, (2015) muestra que las organizaciones dependen de sus clientes y por tanto deberían de comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer sus requisitos, y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes. Aplicando el principio de organización enfocadas al cliente se impulsan las siguientes acciones: a) Comprensión del alcance completo de las necesidades y expectativas de los clientes para los productos, condiciones de entrega, precio, seguridad de funcionamiento, etc.; b) Asegurar un equilibrio entre las necesidades y expectativas de los clientes y de las otras partes interesadas (propietarios, personal, suministradores, y sociedad en general); c) Comunicar estas necesidades y expectativas a los largo de toda la organización; d) Medir la satisfacción de los clientes y actuar sobre los resultados; e) Gestión las relaciones con los clientes.

Principio 2: liderazgo

Salinas, (2015) Este es uno de los principios las cuales los dirigentes constituyen ciertas unidades de objetividad en la organización creando y manteniendo un ambiente interna el cual los trabajadores se involucren en la ejecución de diferentes objetivos acorde a la MYPE, impulsándose a ejecutar acciones como la dirigencia, la respuesta al entorno externo, la consideración de las partes involucradas como es el cliente, personal, proveedores; tener una

Visión en la MYPE, crear un ambiente de confianza seguido por valores y modelos éticos promoviendo una abierta comunicación para poder efectuar ciertas habilidades para el logro de beneficios.

Principio 3: participación del personal

Salinas, (2015) La participación de los trabajadores está centrada en las posibilidades de usar ciertas capacidades que generen beneficio en la MYPE, ello está dado a diferentes acciones como responsabilidad, búsqueda de oportunidades, compartir experiencias, crear valores e innovaciones ante la sociedad con el fin de satisfacer en la MYPE y ante el cliente.

Principio 4: enfoque a procesos

Salinas, (2015) La mayoría de los procesos basados en resultados deseados se logran con eficiencia en tanto los patrimonios y labores son gestionados como proceso a base de diferentes acciones como es el logro de resultados deseados, evaluación de riesgos, la identificación de ciertos clientes y por último tener presente el proceso de actividad.

Principio 5: enfoque del sistema hacia la gestión

Salinas, (2015) La gestión de procesos se da mediante la eficiencia de la MYPE, ello impulsa a la definición de un sistema equilibrado, estructurado; además de poder deducir diversos procesos del

Mismo a través de la estimación y de las diferentes limitaciones para poder ser una acción ejecutoria.

Principio 6: mejora continua

Salinas, (2015) Uno de los objetivos organizacionales está basado en la mejora continua de procesos, referenciados a distintos principios que son impulsados mediante procesos como la mejora de producto, proceso y sistema; la promoción de diversas actividades; la planificación de actividades para evitar problemas de gestión; y, la determinación de objetivos para las mejoras de la MYPE.

Principio 7: enfoque objetivo hacia la toma de decisiones

Salinas, (2015) Las decisiones efectivas se basan en el análisis de datos y en la información. Aplicando el principio de enfoque objetivo hacia la toma de decisiones se impulsan las siguientes acciones: a) Medición y recogida de datos e información relativa al objetivo; b) Asegurar que los datos y la información son suficientemente precisos, fiables y accesibles; c) Analizar los datos y la información empleando métodos válidos; d) Entender el valor de las técnicas estadísticas apropiadas; e) Tomar decisiones y emprender acciones en base a los resultados de un balance del análisis lógico con experiencia e intuición.

Principio 8: relación mutuamente beneficiosa con el proveedor

Salinas, (2015) Una organización y sus proveedores son interdependientes, y unas relaciones mutuamente beneficiosas intensifican la capacidad de ambos para crear valor. Aplicando el principio de relación mutuamente beneficiosa con el proveedor se impulsan las siguientes acciones: a) Identificar y seleccionar proveedores clave; b) Establecer relaciones con el proveedor que equilibren los beneficios a corto plazo con las consideraciones a largo plazo para la organización y la sociedad en general; c) Crear comunicaciones claras y abiertas; d) Iniciar el desarrollo conjunto y la mejora de los productos y procesos; d) Determinar conjuntamente un entendimiento claro de las necesidades del cliente; e) Compartir la información y los planes de futuro; f) Reconocer las mejoras y logros del proveedor.

Sistema de gestión de calidad. ISO 9001

El sistema de gestión de calidad se basa en la norma ISO 9001, las empresas se interesan por obtener esta certificación para garantizar a sus clientes la mejora de sus productos o servicios y estos a su vez prefieren empresas comprometidas con la calidad. Por lo tanto, las normas como la ISO 9001 se convierten en una ventaja competitiva para las organizaciones (ISO, 2018).

La ISO 9001 es una norma ISO internacional elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) que se aplica a los Sistemas de Gestión de Calidad de organizaciones públicas y privadas, independientemente de su tamaño o actividad empresarial. Se trata de un método de trabajo excelente para la mejora de la calidad de los productos y servicios, así como de la satisfacción del cliente.

La nueva ISO 9001:2015. Estructura

ISO 9001:2015 (2018) fue publicada el 23 de septiembre de 2015. La revisión de la norma surgió por la necesidad de adaptar la norma a los tiempos actuales en los que se ven envueltas las organizaciones. Tras la publicación en 2012 del Anexo SL, todas las normas ISO que estén siendo elaboradas o sometidas a revisión tendrán la misma estructura. Con esta “Estructura de Alto Nivel” la integración entre los diferentes Sistemas de Gestión ISO se verá favorecida, logrando que los tiempos y recursos invertidos en su gestión se reduzcan a niveles considerables. La estructura de la nueva ISO 9001:2015 incluye dos nuevos requisitos:

- a) Alcance.
- b) Referencias
- c) Normativas
- d) Términos y Definiciones
- e) Contexto de la Organización

- f) Liderazgo
- g) Planificación
- h) Soporte
- i) Operación
- j) Evaluación del Desempeño
- k) Mejora

2.2.2. Atención al Cliente

La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerla, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por lo tanto crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

Por otro lado, el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. El cliente es la razón de existir de un negocio. Por lo tanto se infiere que es la persona que paga por recibir a cambio un producto o un servicio. Así pues un cliente es la principal razón por la cual las MYPE dirigen sus políticas, productos, servicios y procedimientos a la satisfacción de sus expectativas (Panta, 2018).

Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

(Mercedes, 2018) deduce que el servicio brindado por una MYPE u organización, es uno de los resultados de aplicaciones de esfuerzos laborales por parte del personal, ello refieren a un desempeño las cuales no es práctico poseerlo, abarcando diferentes criterios que implica la asistencia del cliente en una determinada forma, la cual determinara el tipo de servicio y la satisfacción ante ello.

La gestión de la atención al cliente es, por lo tanto, el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por lo tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

Estructura de la atención al cliente

Orientación al mercado

Cierta orientación basado ante la expectativa del cliente dispone de diversas fuentes sobre los participantes del mercado laboral y de los diferentes comportamientos de los mismos, ya que toda organización que busca una buena gestión y servicio ancla al mundo competitivo bajo el enfoque de estrategias basado a la expectativa del cliente (Zavaleta, 2019).

Expectativas de los clientes

Es importante saber las diferentes apreciaciones de los clientes ante el servicio que se ofrece y además del producto que es otorgado, depende de ello tendrán un concepto sobre la MYPE correspondiente, pero para que esto sea eficiente, los trabajadores deben conocer la necesidad de estos clientes.

Satisfacción de los clientes

Un cliente al recibir un servicio eficiente percibe una satisfacción eficiente que ello puede ser igual o mayor a lo que esperaba, sintiendo que sus necesidades y expectativas fueron estudiadas y que lograron completar su entera satisfacción.

Características de la atención al cliente

Diferenciación: tanto el producto como el servicio son segmentos del consumidor, las cuales son una estrategia para diferenciarse entre una MYPE y otra convirtiéndose en un modelo de mercado competitivo.

Conocimientos de las necesidades y expectativas del cliente:

Es importante conocer las necesidades e intereses de los clientes, puesto que si una MYPE es considerada la mejor del mercado, de nada vale una expectativa si el cliente no lo denota de esa forma, previo a ello es importante determinar diferentes segmentos que den a satisfacer tales expectativas y necesidades del consumidor.

Flexibilidad y mejora continua:

En el transcurso de la vida empresarial ante una mejora continua es preciso impactar la expectativa del cliente con el fin de adaptar posibles cambios y necesidades en el cliente, para ello es importante que los trabajadores posean una determinada capacidad de toma de decisiones.

Orientación al trabajo y al cliente:

Es importante conocer determinadas funciones que integran diferentes componentes en el empleado ante la atención directa al

Consumidor, ello involucra a la orientación y prestación eficiente del servicio.

Plantearse como meta de la atención al cliente la fidelización:

La mayoría de clientes esperan diferentes estrategias en torno a la organización, sin embargo existe un grado de preferencia ante distintas competencias dependiendo del factor que es utilizado para llamar su expectativa, puesto que es más fácil mantener los clientes antiguos que tratar de buscar nuevos.

Necesidades del cliente

(Paz, 2020) indica que es importante conocer en el cliente diferentes componentes de requerimiento de servicio, así como también sus necesidades ante la obtención de un determinado producto o servicio, es por ello que el personal que lo toma a cargo debe ser capaz de satisfacer sus necesidades siendo de primer plano identificándolas.

En un sentido amplio, las necesidades se dividen en funcionales o psicológicas. Así, la necesidad de alimentos, aire, agua, ropa y vivienda son consideradas necesidades funcionales, básicas o biológicas porque el cuerpo humano las necesita para sobrevivir. En cambio, la necesidad de seguridad, afecto, pertenencia, estima

O autorrealización, son necesidades psicológicas porque tienen relación con las emociones o sentimientos de la persona.

Según la Jerarquía de Necesidades de Maslow, el nivel más básico está relacionado con las necesidades funcionales, como el alimento, la bebida, el abrigo, el refugio, etc., que toda persona necesita para sobrevivir. Una vez que las personas han logrado satisfacer razonablemente sus necesidades funcionales, tienen la motivación suficiente como para buscar la satisfacción de sus necesidades del siguiente nivel (seguridad, protección y orden); y así se va dando sucesivamente, hasta llegar al último nivel, que corresponde a la necesidad de autorrealización.

Según Kotler (2015) nos dice que las necesidades se convierten en deseos cuando se dirigen a objetos específicos que podrían satisfacerlos. Por ejemplo, la necesidad de alimento puede llevar a una persona a desear una hamburguesa o una pizza, la necesidad de vivienda puede impulsar a la persona a desear un departamento en un céntrico edificio o una casa con jardín en una zona residencial. En ese sentido, los deseos consisten en anhelar los satisfactores específicos para las necesidades profundas (alimento, vestido, abrigo, seguridad, pertenencia, estimación y otras que se necesitan para sobrevivir).

Este es otro punto en el que los mercadólogos pueden ejercer una determinada influencia mediante las diferentes actividades de la mercadotecnia (como la promoción), ya que las personas suelen desear aquello que la sociedad, la publicidad o los vendedores se lo recomiendan como la mejor opción para satisfacer sus necesidades (Kotler, Philip, & Armstrong, 2015).

Satisfacción del cliente

Todas las empresas que manejan el concepto de servicio al cliente tienen las siguientes características:

- Conocen a profundidad a sus clientes, tienen, de ellos, bases de datos confiables y manejan sus perfiles.
- Realizan investigaciones permanentemente y sistemática sobre el cliente, sus necesidades y sus niveles de satisfacción: auditoria del servicio.
- Tienen una estrategia, un sistema de servicio a sus clientes.
- Hacen seguimiento permanentemente de los niveles de satisfacción.
- Toman acciones reales de mejoramiento frente a las necesidades y expectativas de sus clientes, expresadas en los índices de satisfacción.
- Participan sistemáticamente a sus clientes internos sobre los niveles de satisfacción de los clientes externos.

- Diseñan estrategias de mercadeo interno y venta interna que genera la participación de los clientes internos en la prestación de un servicio de excelencia, partiendo de la satisfacción y compromiso de sus colaboradores. El servicio al cliente externo hay que venderlo primero dentro y después fuera. Estrategia del mercadeo que no se gana a dentro con loscolaboradores, no se gana afuera.

Características de la Satisfacción del cliente

La satisfacción de los clientes es subjetiva:

En relación a la satisfacción de los clientes en manera subjetiva, ello depende de la propia realidad en que se percibe, en todo caso la atención al cliente debe ser racional y objetiva. Esta satisfacción es un componente actitudinal basado en lo cognitivo, afectivo y el comportamiento, las cuales la mayoría de las organizaciones tratan de mediar las actitudes de los mismos con objetividades comprensivas (Cruz, 2015).

Por otro lado, se puede denotar que existe clientes las cuales se sienten orgullosos de la atención que se le brinda en cuanto a la relación reflejada en diferentes percepciones tanto económico y calidad de servicio admisible en el consumidor, asimismo, no solo en el servicio, a la vez en el producto que se ofrece debe relacionar segmentos de calidad de precios bajos y competitivos.

Determinación de la satisfacción al cliente

Los clientes se sienten satisfechos depende de cómo se percibe el servicio y el uso del producto acorde al valor en que es otorgado, en ello influye el tipo de relación y la expectativa de que el cliente se sienta servido de su objetivo que busco encontrar en la MYPE.

Calidad de producto o servicio

Según Kotler y Keller (2015) definen la satisfacción de cliente como:

- Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.
- La satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos”. Si este concepto se expresara de forma matemática se tendría lo siguiente:
$$\text{Satisfacción} = \text{Percepciones} - \text{Expectativas}.$$

Lo importante en relación a los planteamientos antes descritos, es que aunque la satisfacción del cliente es un parámetro que parece sencillo de determinar - por depender básicamente de dos aspectos (expectativas y percepciones) - es bastante complejo, ya que involucra la manera como las personas perciben la calidad, lo cual lleva inmersos un sin fin de aspectos psicológicos que varían de cliente en cliente, incluso cuando se trata de prestar un mismo servicio (Huavil, 2017).

Por otra parte, es importante resaltar que este es un parámetro al que las empresas están dando mayor importancia cada día, por ser el que les permite visualizar cómo están posicionadas en el mercado y diseñar estrategias que las conduzca a abarcar una mayor porción del sector donde se desenvuelven.

Medición de la satisfacción al cliente

La calidad se mide a partir de la satisfacción del cliente y para ello es esencial medir tres aspectos: Expectativas del desempeño/ calidad; Percepción de desempeño/ calidad; y, Brecha entre las expectativas y el desempeño.

Sin importar cuál es el método utilizado para medir la satisfacción del cliente, lo verdaderamente importante es que este parámetro sea estudiado de forma continua, por tratarse de una variable que

Constituye la principal fuente para crear lealtad, retener clientes y definir estrategias acordes con un mercado que cada vez es más exigente y cambiante.

Asimismo, al momento de definir el método o forma de medición, las organizaciones deben tener presente que se trata de un proceso complejo, por estar involucradas las expectativas y percepciones que tiene el consumidor con respecto al servicio; aspectos estos que dependen en gran parte de la psicología del cliente, así como sus necesidades y exigencias particulares (Panta, 2018).

Medición de la satisfacción al cliente

Gestión de relaciones con los clientes

La gestión de relaciones con los clientes (CRM) es el proceso de gestionar cuidadosamente la información detallada de clientes individuales, así como todos los puntos de contacto con ellos, con el proceso de maximizar su lealtad.

III. HIPOTESIS GENERAL

Según (Díaz S. C., 2015), las investigaciones de descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.

Por lo cual el trabajo de la investigación titulada “Gestión de la calidad y atención al cliente en las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019” la cual presenta una investigación de nivel descriptivo y tipo cuantitativo, por lo tanto, no se presenta una hipótesis general.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Tipo - Nivel - Diseño de la investigación

El tipo de la presente investigación es Cuantitativa ya que se va a necesitar medir o cuantificar numéricamente las variables estudiadas, que en este caso son: Gestión de Calidad y atención al cliente en las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

Cuantitativo; porque según el autor (Díaz, 2015), la metodología cuantitativa consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. Por lo tanto, para realizar estudios cuantitativos es indispensable contar con una teoría ya construida, dado que el método científico utilizado en la misma es el deductivo.

El nivel de la presente caracterización es DESCRIPTIVO. Para el autor (Díaz, 2015), define que la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Donde los resultados de una investigación descriptiva se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

Diseño No experimental: (Díaz, 2015), manifiesta que el diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes, se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado. Por lo tanto, la investigación utilizará un diseño no experimental transversal, primeroporque se analizará y medirá la gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019, sin la manipulación deliberada de estas variables, por lo que únicamente se pretende observar los fenómenos a estudiar en su ambiente natural para después analizarlos.

Transversal, porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

4.2. Población y muestra

Población:

Según (Díaz S.C., 2015), desde un punto de vista estadístico, la población es un conjunto de entidades finitas o infinitas (individuos, objetos, empresas, etc.) con características comunes. El tamaño de la población es un factor muy importante en el proceso de investigación y está determinado por el número de elementos que la componen.

Población:

Para la variable gestión de la calidad: se acudió a los gerentes y trabajadores de las 4 MYPES de estudio del rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, año 2019, por lo tanto constituyen una población finita conocida, conformada por 4 gerentes y 12 trabajadores siendo un total de 16 elementos.

N°	Razón social	RUC:	N° trabajadores + gerente
01	Comercial Gasparin	10026478982	04
02	Comercial Hernán	20525877605	06
03	Novedades Brendy Paola	10452239120	03
04	Comercial ZGK	10772867111	03
TOTAL:			16

Fuente: Elaboración propia.

Para la variable atención al cliente: en la presente investigación se acudió a los clientes de las 4 MYPE de estudio rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, año 2019. En donde se determinaron por fuente directa a través de una entrevista a los gerentes de las 4 MYPE de estudio, formando una población finita de 240 clientes.

Muestra: (Díaz S. C., 2015), define a la muestra como un “subgrupo de la población, es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”.

Para la variable gestión de calidad está dado por los 4 gerentes y 12 trabajadores.

Para la variable atención al cliente la muestra fue de 147 clientes

El tamaño de la muestra, se consiguió mediante la fórmula para una población finita, la fórmula para una muestra apropiada fue según la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 p q N}{z^2 p q + e^2 (N-1)}$$

Dónde:

n = Tamaño de muestra

N =Tamaño de la población= 240 clientes

Z = Nivel de confianza al 95% establecido por el investigador = 1.96

p = 0.5 Proporción de clientes de la población que tiene las características que se desean estudiar.

q = 0.5 Proporción de clientes de la población que no tienen las características de interés.

e = 0.05 Margen de error permisible establecido por el investigador = 5%

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (240)}{(1.96)^2 (0.5) (0.5) + (0.05)^2 (240-1)}$$

$$n = 147$$

El número de clientes promedio al día se obtuvo mediante fuente directa con los gerentes de las 4 MYPE de estudio, a través de una entrevista siendo un total de 240 clientes en total, luego se aplicó la fórmula de población finita para conocer el número exacto para la encuesta aplicada dando un total de 147 clientes para la variable atención al cliente en las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado, Piura año 2019.

Además, se tomará en cuenta los criterios de inclusión y exclusión:

Criterios de inclusión

- Personas perseverantes en el rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.
- Propietarios de microempresa del rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019, con más de 1 año de funcionamiento.

Criterios de exclusión

- Propietarios ocupados y sin disponibilidad para resolver el cuestionario.

4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Gestión de calidad	Es el conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una empresa	La variable gestión de calidad se medirá bajo las dimensiones de principios de gestión de calidad y el sistema de gestión de calidad	Principios de la gestión de calidad	Enfoque al cliente	ordinal
				Liderazgo	ordinal
				Participación del Personal	Ordinal
				Enfoque a procesos	Ordinal
				Enfoque del sistema	Ordinal
				Mejora continua	Ordinal
				Enfoque a toma de Decisiones	Ordinal
				Relación con Proveedores	Ordinal
			Sistema de gestión de calidad	Contenido	Nominal
Requisitos	Nominal				
Atención al cliente	Es el conjunto de actividades	La variable atención al cliente se medirá	Características	Orientación	Ordinal y nominal

desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por lo tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes	con los indicadores	Fidelización	Ordinal y nominal	
		Características,	Mejora continua	Ordinal y nominal
	Necesidades de los clientes	Necesidades de los clientes y Satisfacción del cliente	Fuentes de Información	Ordinal y nominal
			Comportamiento de los consumidores	Ordinal y nominal
			Identificar las Necesidades	Ordinal y nominal
			Atención eficiente	Ordinal y nominal
			Expectativas Determinadas	Ordinal y nominal
			Satisfacción del cliente	Trato recibido
	Atención al cliente	Ordinal y nominal		

Fuente: Elaboración Propia

4.4. Técnicas e instrumentos

Técnicas

Según (Díaz S. C., 2015) las técnicas son el conjunto de mecanismos, medios, y sistemas de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y transmitir los datos en una investigación determinada. Por lo tanto, para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta tomando una muestra de la población objetivo.

Encuesta: Se realizó una encuesta dirigida a los gerentes, trabajadores y clientes con el objetivo de obtener información respecto a Gestión de Calidad y atención al cliente de las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

Instrumentos

Para (Díaz S. C., 2015), afirma que los instrumentos en una investigación es un recurso del que puede valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información, que permite registrar la información recolectada y facilitan la toma de decisiones y cálculos estadísticos. Se aplicó un cuestionario para la recolección de la información de la investigación, siendo la única forma posible de relacionarse con un gran número de personas para conocer varios aspectos de las variables en estudio y las preguntas estandarizadas pueden arrojar datos más confiables.

Cuestionario: Se realizó y ejecuto un cuestionario estructurado de 28 preguntas cerradas para los diferentes gerentes y trabajadores de las MYPE y clientes que acuden frecuentemente a las diferentes empresas del rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado, con el fin de poder obtener sus aportes y así poder realizar el informe de investigación acerca de la gestión de calidad y atención al cliente de estas.

4.5. Plan de análisis

El plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables y como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar, El software a usar en el procesamiento, El nivel de significancia fijado para las pruebas estadística (Díaz S. C., 2015).

Se recogió los datos mediante la técnica (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se empleó el programa de hojas de cálculo Excel 2016, luego se realizó el análisis y la interpretación de los datos obtenidos por medio del instrumento de recojo de datos (cuestionario) que fue revisado por el programa SPSS y validado (con el método juicio del experto) por especialistas, lo cual permitió dar conclusiones viables a cada uno de los objetivos planteados.

4.6. Matriz de consistencia

Título: Gestión de la calidad y atención al cliente en las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019			
Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología
¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019?	Objetivo general Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro comercio de ropa en Mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.	Una hipótesis es una afirmación en forma de conjetura de las relaciones entre dos o más variables, las hipótesis son siempre planteadas en forma de oraciones declarativas y relacionan variables con variables, sea en forma general o específica (Díaz S. C., 2015).	Nivel: Descriptivo Tipo: Cuantitativo Diseño: No experimental Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Población: gestión de la calidad: 4 gerentes de las MYPE y 12 trabajadores. Atención al cliente: 240 clientes. Muestra: 4 gerentes, 12 trabajadores y 147 clientes.
	Objetivos específicos a) Determinar los principios de gestión de calidad de las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019. b) Analizar el sistema de gestión de calidad de las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019. c) Identificar las necesidades de los clientes que tienen las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019. d) Conocer el nivel de satisfacción de los clientes en las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.		

Fuente: Elaboración Propia.

4.7. Principios éticos

Uladech (2016) en su código de ética para la investigación publicó: Los principios éticos descritos en el presente código, deben regir las normativas de elaboración de los proyectos de investigación en la universidad, realizados para los distintos niveles de estudios y modalidad; así como para los proyectos del Instituto de Investigación (Uladech, 2019).

PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ACTIVIDAD INVESTIGADORA

Protección a las personas. - Todas las personas en la investigación son fines, no medios, por lo que necesitan un cierto grado de protección, dependiendo de los riesgos que asuman y la probabilidad de obtener beneficios. En este estudio Se realizó la aplicación de un consentimiento informado en el cual los gerentes de las 4 MYPE que participaron en esta investigación aceptaron la aplicación del instrumento de recolección de datos, en dicho documento se les comunicó de la duración de la encuesta y la intención de la misma. Para esta investigación no se han difundido los datos de los encuestados (Trabajadores y clientes); y, para el caso de las MYPE en estudio, bajo su consentimiento de los gerentes se ha colocado el RUC de la misma.

Beneficencia y no maleficencia: debe garantizarse el bienestar de las personas que participan en la investigación. En este sentido, el comportamiento de los investigadores debe cumplir con las siguientes reglas generales: no causardañ, reducir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

En la ejecución de la tesis se tuvo como prioridad el representar un beneficio para las MYPE que se investigaron, por ello se les informo sobre los objetivos de la investigación y la forma en que se desarrollaría, se previó cualquier tipo de riesgo que constituiría el participar de esta investigación y se cuidó por la seguridad de los encuestados. Mediante la aplicación de las encuestas y entrevista con los gerentes, se formó un ambiente agradable, de confianza y respeto. El investigador fue empático con las personas entrevistadas y recíprocamente.

Justicia, los investigadores deben emitir juicios razonables y firmes y tomar las precauciones necesarias para garantizar que los prejuicios y las limitaciones de sus capacidades y conocimientos no conduzcan a prácticas desleales ni las toleren. Se comunicó la forma en que se podía solicitar información sobre la elaboración de la investigación y los resultados del instrumento de recolección de datos, aquella información podía ser solicitada a través del correo de la investigadora, Así mismo se podía realizar cualquier consulta sobre la investigación y los resultados de la misma.

Integridad científica. - La honestidad o integridad no solo debe controlar la actividad científica de los investigadores, sino que también debe extenderse a sus actividades docentes y prácticas profesionales. En esta investigación no se utilizó ningún tipo de ayuda por otros grupos que realizaran una investigación en las mismas condiciones, se efectuó de manera individual, la redacción de la misma y la aplicación del instrumento de recolección de datos, comunicando en el momento preciso cual era el objetivo general y específico de la investigación.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. – no se realizó la investigación que involucren el medio ambiente, las plantas y los animales. En las MYPE de estudio se observó que no utilizaban bolsas plásticas para el guardado de las prendas e incluso solicitaban a sus clientes mayoristas a frecuentar con sus bolsas brindadas de tela, se visualizó un tacho de restudios en cada MYPE.

E incluso me comentaron que Planifican campañas para hacer limpieza a los alrededores del mercado plataforma Juan Velasco Alvarado.

Libre participación y derecho a estar informado. - Quienes se dedican a actividades de investigación tienen derecho a conocer el propósito y el propósito de la investigación que realizan o en la que participan, así como tienen la libertad de participar libremente. En cualquier encuesta, debe existir una expresión de voluntad informada, libre, clara e inequívoca, por lo que las personas que son sujetos de la encuesta o propietarios de los datos acuerdan utilizar la información para el propósito específico identificado en el proyecto. En la presente investigación se informó a los participantes que no se le obligaba a formar parte del instrumento de recolección de datos, por ende era decisión de cada uno de ellos si aceptaban continuar con la investigación o dejar de formar parte de ella; también se le solicitó el consentimiento de los gerentes a través de un documento impreso. Recibiendo una respuesta positiva y brindándomelo.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Variable: Gestión de calidad

Tabla 1: ¿La Mype comercio de ropa comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes?

Ítems	N	%
SI	05	31.3
NO	11	68.7
TOTAL	16	100.00

Fuente: Trabajadores de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

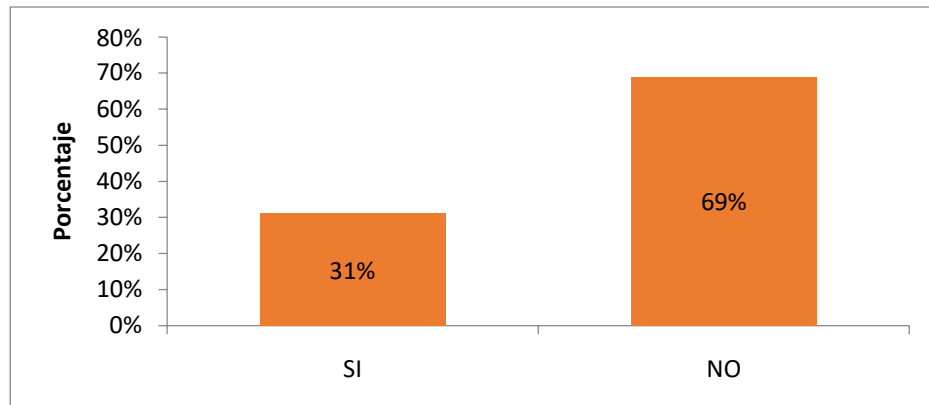


Ilustración 1: ¿La MYPE comercio de ropa comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes?

Interpretación:

En la tabla 1 y figura 1, se determinó que el 31% de los trabajadores afirmaron que las MYPES comercio de ropa si comprenden las necesidades actuales y futuras de los clientes, sin embargo, el 69% opina lo contrario.

Tabla 2: ¿La MYPE comercio de ropa mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados?

Ítems	N	%
SI	09	56.3
NO	07	43.7
TOTAL	16	100.00

Fuente: Trabajadores de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

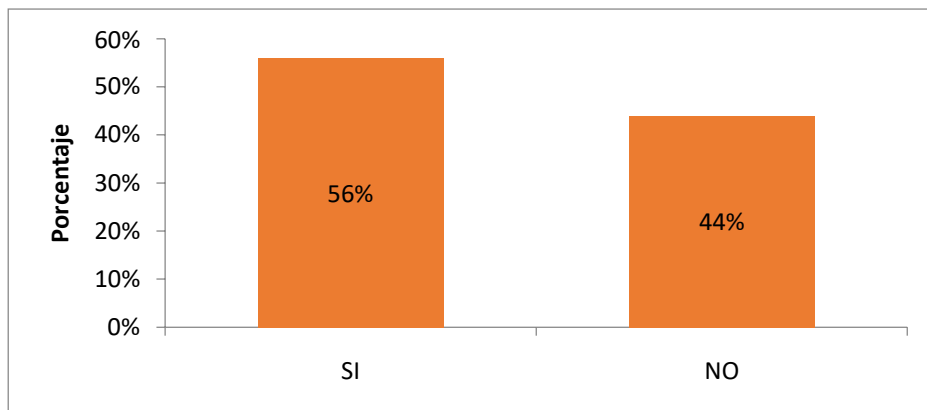


Ilustración 2: ¿La MYPE comercio de ropa mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados?

Interpretación:

En la tabla 2 y figura 2, se determinó que el 56% de los trabajadores afirmaron que las MYPE comercio de ropa si miden la satisfacción de los clientes actuando según los resultados, el 44% opina lo contrario.

Tabla 3: ¿Proporciona al personal los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?

Ítems	N	%
SI	10	62.5
NO	06	37.5
TOTAL	16	100.00

Fuente: Trabajadores de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

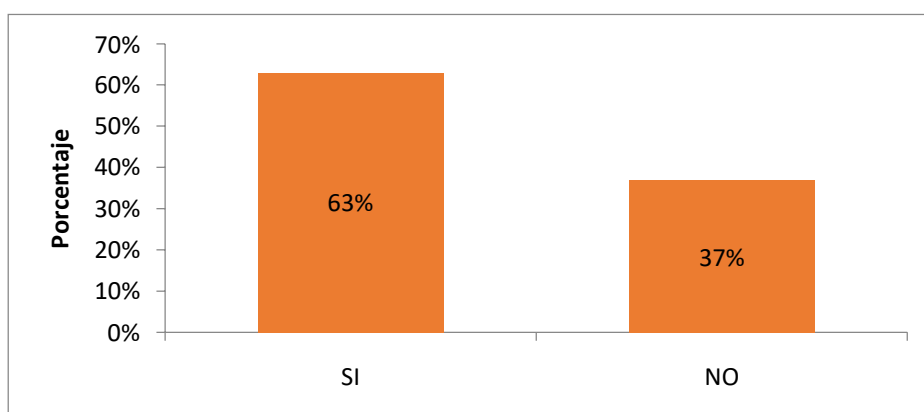


Ilustración 3: ¿Proporciona al personal los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?

Interpretación:

En la tabla 3 y figura3, se determinó que el 63% de los trabajadores afirmaron que el personal si proporciona los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad, sin embargo, el 37% opina lo contrario.

Tabla 4: ¿Ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias?

Ítems	N	%
SI	13	81.3
NO	03	18.7
TOTAL	16	100.00

Fuente: Trabajadores de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

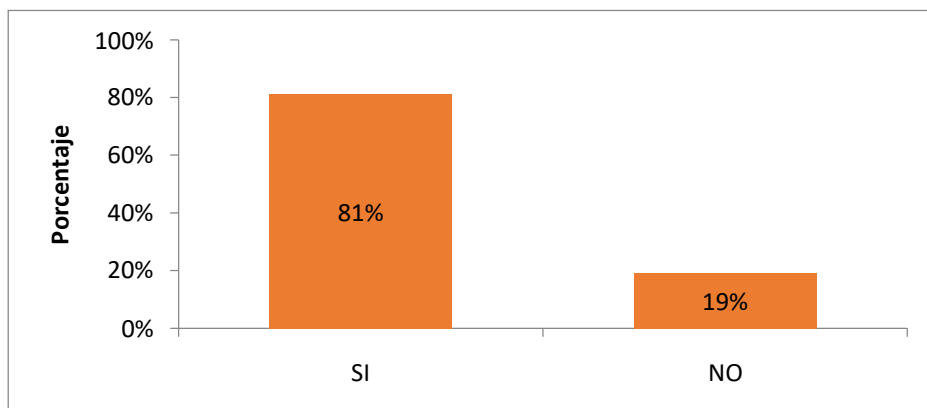


Ilustración 4: ¿Ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias?

Interpretación:

En la tabla 4 y figura 4, se determinó que el 81% de los trabajadores afirmaron que si se ofrece oportunidades para que los trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias, sin embargo, el 19% opina lo contrario.

Tabla 5: ¿Comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos?

Ítems	N	%
SI	09	56.3
NO	07	43.7
TOTAL	16	100.00

Fuente: Trabajadores de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

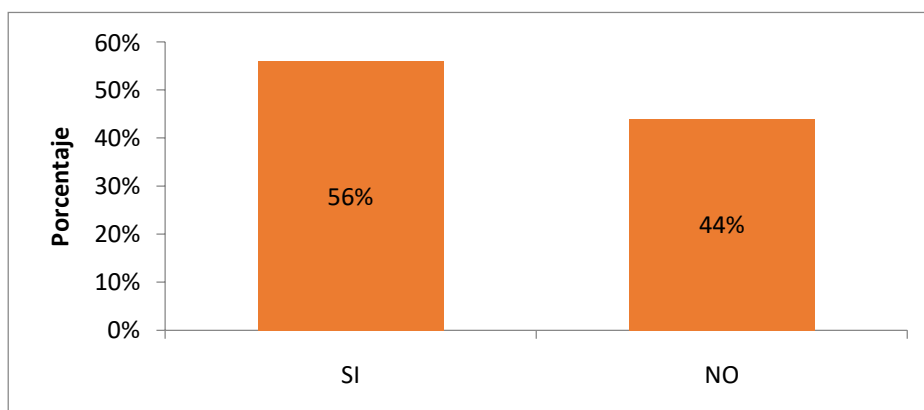


Ilustración 5: ¿Comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos?

Interpretación:

En la tabla 5 y figura 5, se determinó que el 56% de los trabajadores afirmaron que si comparten libremente conocimientos y experiencias entre sí con los mismos trabajadores acción en equipo, el 44% no comparten tales experiencias.

Tabla 6: ¿Evalúa los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores?

Ítems	N	%
SI	06	37.5
NO	10	62.5
TOTAL	16	100.00

Fuente: Trabajadores de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

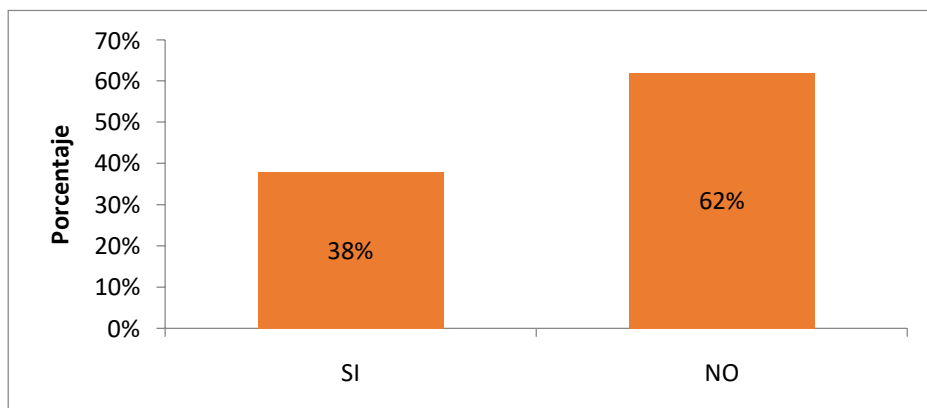


Ilustración 6: ¿Evalúa los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores?

Interpretación:

En la tabla 6 y figura 6, se determinó que el 38% de los trabajadores afirmaron que si se evalúan los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores, el 62% no evalúa tales componentes.

Tabla 7: ¿Define el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?

Ítems	N	%
SI	05	31.3
NO	11	68.7
TOTAL	16	100.00

Fuente: Trabajadores de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

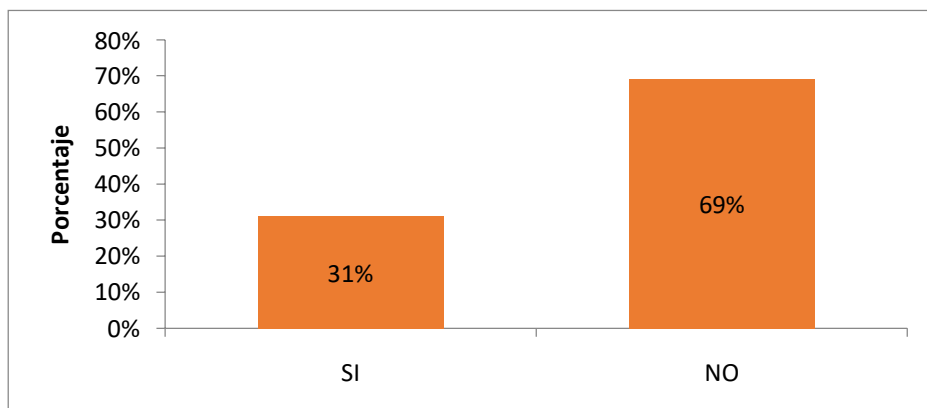


Ilustración 7: ¿Define el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?

Interpretación:

En la tabla 7 y figura 7, se determinó que el 31% de los trabajadores afirmaron que si definen el sistema de gestión de la calidad de forma que identifican aquellos procesos que afectan algún objetivo, el 69% no lo definen.

Tabla 8: ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas?

Ítems	N	%
SI	12	75.0
NO	04	25.0
TOTAL	16	100.00

Fuente: Trabajadores de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

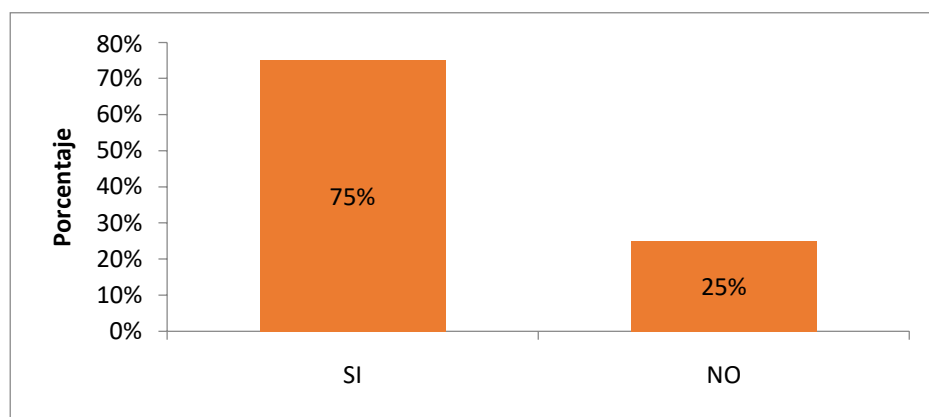


Ilustración 8: ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas?

Interpretación:

En la tabla 8 y figura 8, se determinó que el 75% de los trabajadores afirmaron que si se fomentan en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas con el fin de llevar un objetivo eficiente, el 25% no fomenta tal mejora.

Tabla 9: ¿Analiza los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos validos?

Ítems	N	%
SI	13	81.3
NO	03	18.7
TOTAL	16	100.00

Fuente: Trabajadores de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

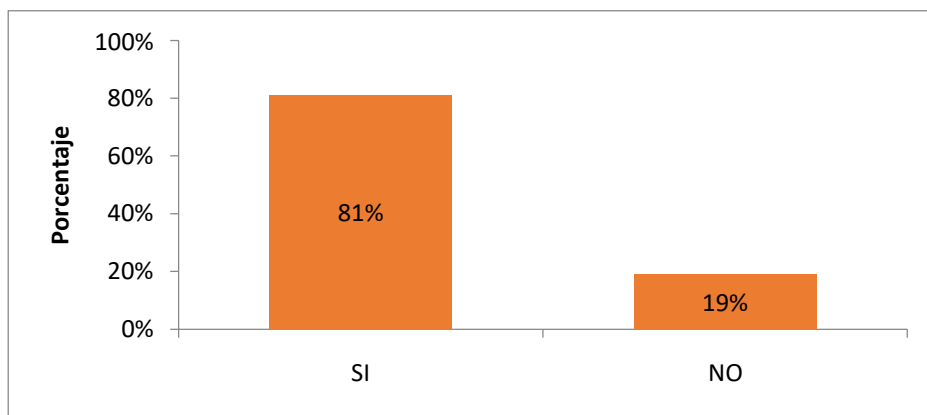


Ilustración 9: ¿Analiza los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos validos?

Interpretación:

En la tabla 9 y figura 9, se determinó que el 81% de los trabajadores afirmaron que si se analizan los datos e información obtenidos a través de los procesos las cuales emplean métodos válidos, el 19% no sostiene dicho análisis para tales procesos.

Tabla 10: ¿Establece relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?

Ítems	N	%
SI	09	56.3
NO	07	43.7
TOTAL	16	100.00

Fuente: Trabajadores de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

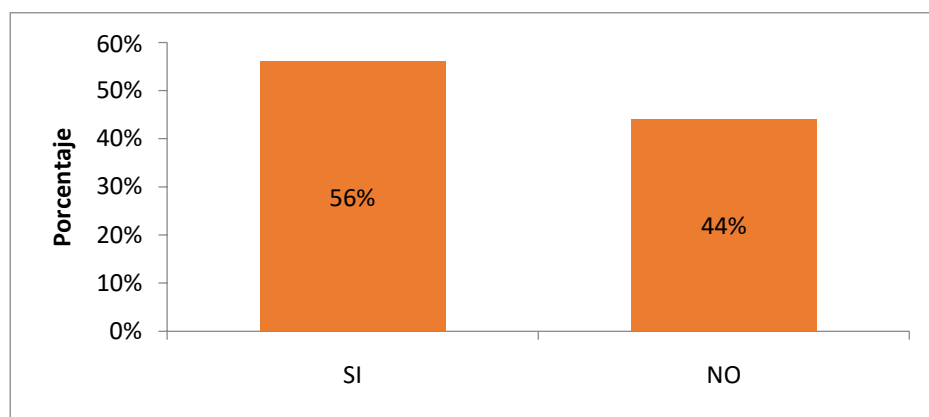


Ilustración 10: ¿Establece relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?

Interpretación:

En la tabla 10 y figura 10, se determinó que el 56% de los trabajadores afirmaron que si se establecen relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo, el 44% no establecen tales relaciones.

Tabla 11: ¿Se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015?

Ítems	N	%
SI	14	87.5
NO	02	12.5
TOTAL	16	100.00

Fuente: Trabajadores de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

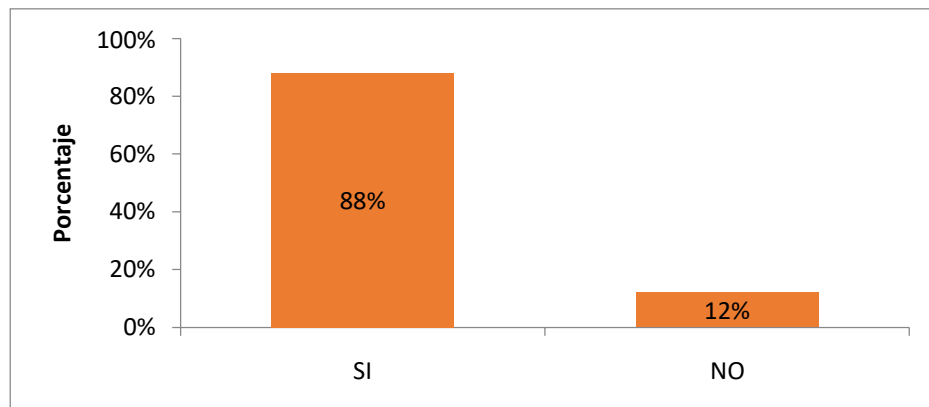


Ilustración 11: ¿Se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015?

Interpretación:

En la tabla 11 y figura 11, se determinó que el 88% de los trabajadores afirmaron que se encuentran actualmente informados sobre las normas ISO 9001:2015, el 12% no se encuentran informados.

Tabla 12: ¿Cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015?

Ítems	N	%
SI	11	68.8
NO	05	31.2
TOTAL	16	100.00

Fuente: Trabajadores de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

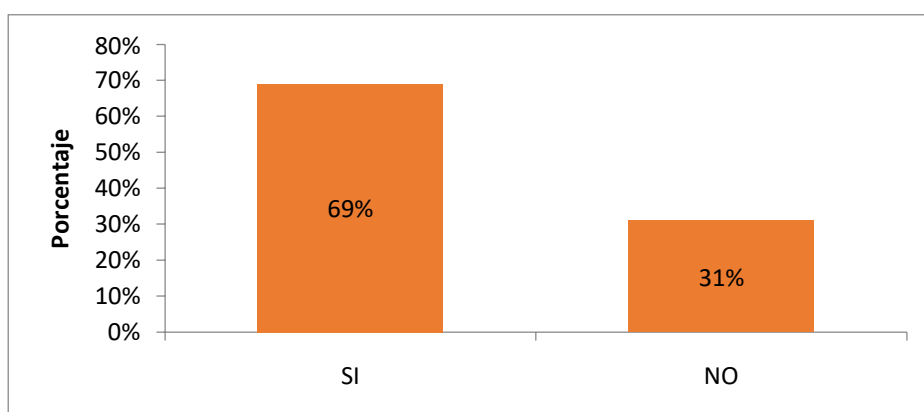


Ilustración 12: ¿Cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015?

Interpretación:

En la tabla 12 y figura 12, se determinó que el 69% de los trabajadores afirmaron que si se cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015, el 31% opina lo contrario.

Variable: Atención al cliente

Tabla 13: ¿Cree usted que los colaboradores están bien informados de los productos que ofrece?

Ítems	N	%
SI	124	84.4
NO	23	15.6
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

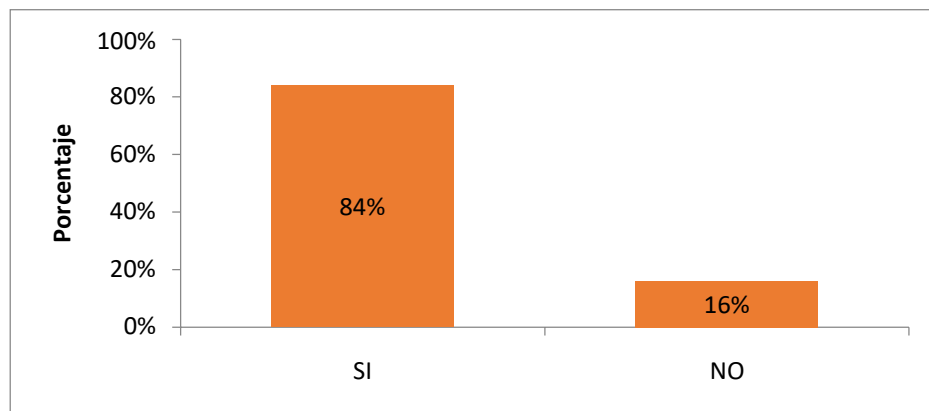


Ilustración 13: ¿Cree usted que los colaboradores están bien informados de los productos que ofrece?

Interpretación:

En la tabla 13 y figura 13, se determinó que el 84% de los clientes si creen que los colaboradores están bien informados sobre los productos las cuales les ofrecen, sin embargo el 16% determina que no.

Tabla 14: ¿Cuándo el cliente tiene una inquietud es respondida con rapidez?

Ítems	N	%
SI	85	57.8
NO	62	42.2
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

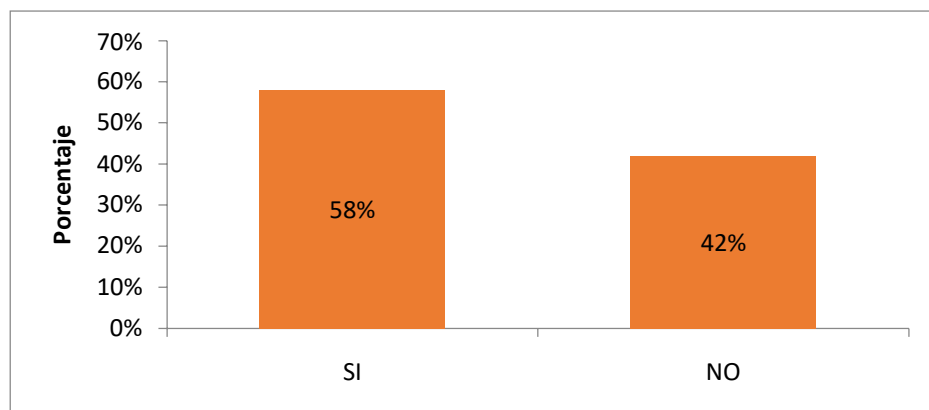


Ilustración 14: ¿Cuándo el cliente tiene una inquietud es respondida con rapidez?

Interpretación:

En la tabla 14 y figura 14, se determinó que el 58% de los clientes determinan que sus inquietudes si son respondidas con rapidez por medio del personal de la MYPE, sin embargo el 42% determina que no son respondidas.

Tabla 15: ¿La MYPE de comercio de ropa posee clientes fieles?

Ítems	N	%
SI	120	81.6
NO	27	18.4
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

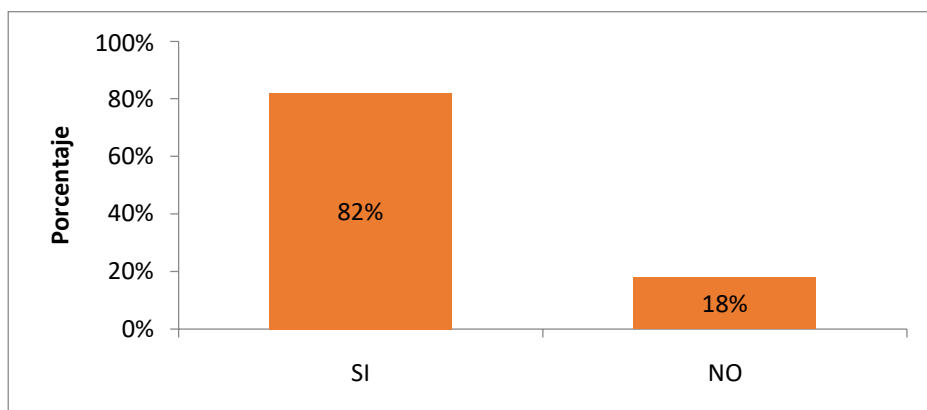


Ilustración 15: ¿La MYPE de comercio de ropa posee clientes fieles?

Interpretación:

En la tabla 15 y figura 15, se determinó que el 82% de los clientes afirman que la MYPE comercial de ropa si posee clientes fieles exclusivos a sus marcas y garantías de prendas, sin embargo solo el 18% deduce que no posee clientes fieles.

Tabla 16: ¿La MYPE de comercio de ropa proporciona ofertas a los clientes?

Ítems	N	%
SI	25	17.1
NO	122	82.9
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

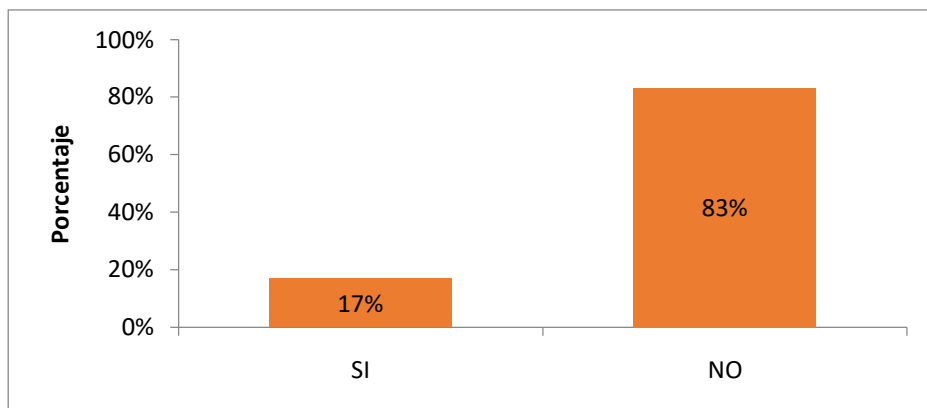


Ilustración 16: ¿La MYPE de comercio de ropa proporciona ofertas a los clientes?

Interpretación:

En la tabla 16 y figura 16, se determinó que 17% de los clientes afirman que las MYPES comerciales de ropa si ofrecen ofertas a los clientes, sin embargo el 83% deduce que no son proporcionados.

Tabla 17: ¿Cree usted que la Mype comercial de ropa se interesa por mejorar?

Ítems	N	%
SI	110	74.8
NO	37	25.2
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

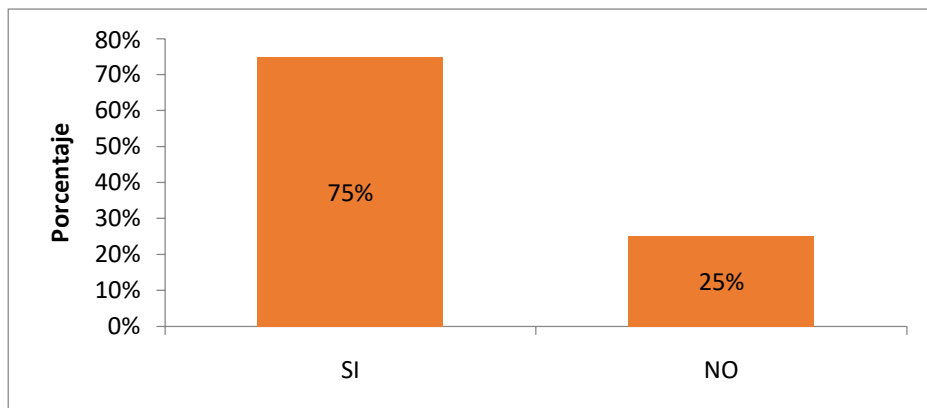


Ilustración 17: ¿Cree usted que la Mype comercial de ropa se interesa por mejorar?

Interpretación:

En la tabla 17 y figura 17, se determinó que el 75% de los clientes afirmaron que las MYPES comerciales de ropa si están interesadaspor mejorar, sin embargo el 25% deduce lo contrario.

Tabla 18: ¿Considera usted que la MYPE de comercio de ropa ha mejorado?

Ítems	N	%
SI	100	68
NO	47	32
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

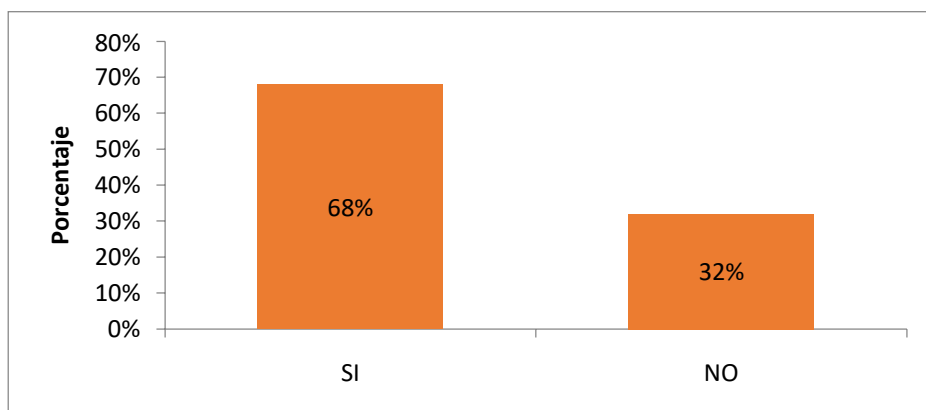


Ilustración 18: ¿Considera usted que la MYPE de comercio de ropa ha mejorado?

Interpretación:

En la tabla 18 y figura 18, se determinó que el 68% de los clientes si consideran que las MYPES comerciales de ropa han mejorado sobre todo en su forma de servicio, pero sin embargo el 32% no opina lo mismo.

Tabla 19: ¿La MYPE de comercio de ropa cuenta con libro de reclamaciones?

Ítems	N	%
SI	17	11.6
NO	130	88.4
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

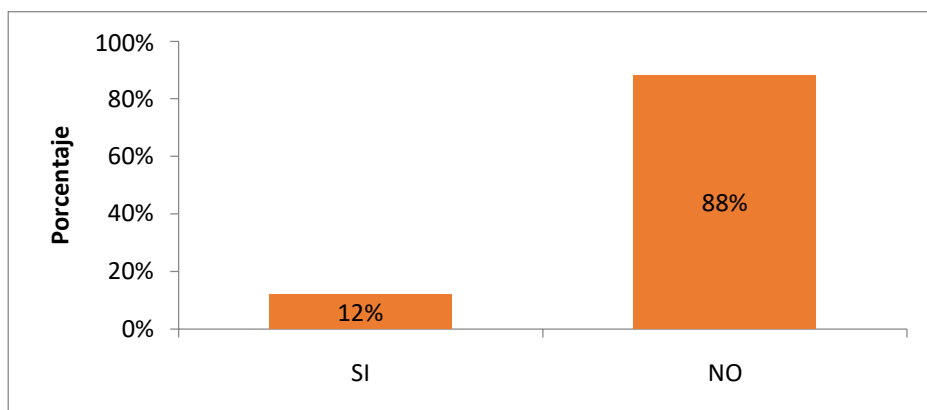


Ilustración 19: ¿La MYPE de comercio de ropa cuenta con libro de reclamaciones?

Interpretación:

En la tabla 19 y figura 19, se determinó que el 12% de los clientes determinaron que las MYPES comerciales de ropa si cuentan con libros de reclamaciones, sin embargo el 88% afirmo lo contrario.

Tabla 20: ¿La MYPE de comercio de ropa realiza encuestas de satisfacción al cliente?

Ítems	N	%
SI	30	79.6
NO	117	20.4
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

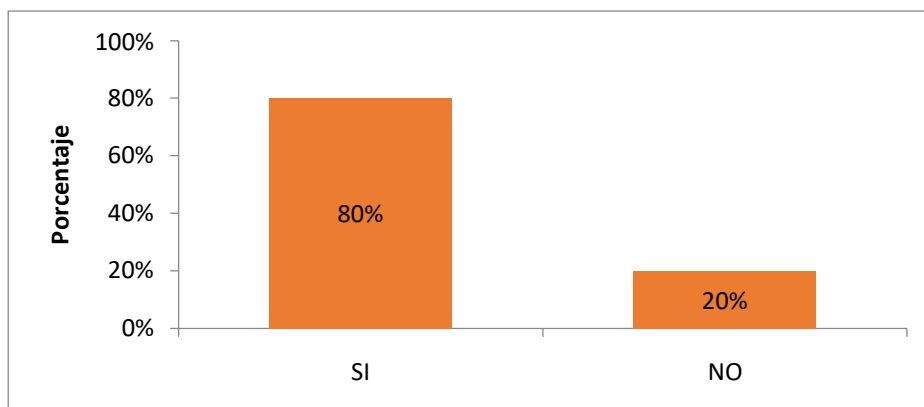


Ilustración 20: ¿La MYPE de comercio de ropa realiza encuestas de satisfacción al cliente?

Interpretación:

En la tabla 20 y figura 20, se determinó que el 80% de los clientes determinaron que las MYPES comercializadoras de ropa si han realizado encuestas de satisfacción del cliente, sin embargo el 20% deduce que no se han realizado.

Tabla 21: ¿Acuden clientes frecuentemente a la MYPE de comercio de ropa?

Ítems	N	%
SI	125	85.0
NO	22	15.0
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

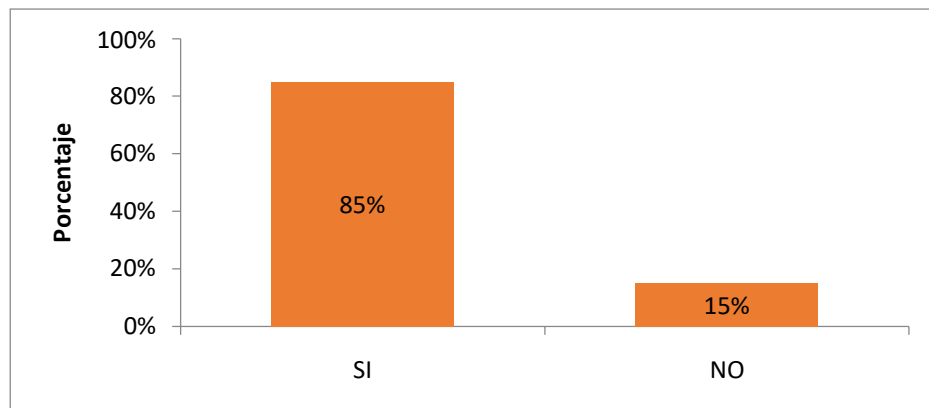


Ilustración 21: ¿Acuden clientes frecuentemente a la MYPE de comercio de ropa?

Interpretación:

En la tabla 21 y figura 21, se determinó que el 85% de los clientes si acuden frecuentemente a las MYPES comercializadoras de ropa, sin embargo el 15% no acuden.

Tabla 22: ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa ha tenido recomendaciones?

Ítems	N	%
SI	97	65.9
NO	50	34.1
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

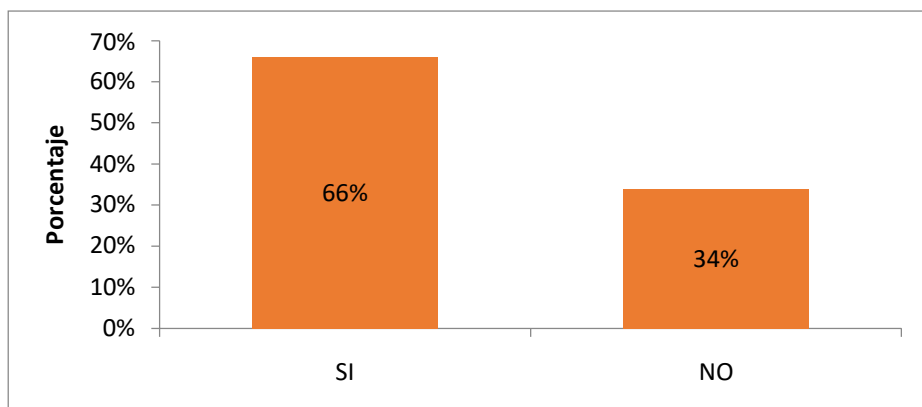


Ilustración 22: ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa ha tenido recomendaciones?

Interpretación:

En la tabla 22 y figura 22, se determinó que el 66% de los clientes creen que las MYPES comercializadoras de ropa del mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura si han tenido variasrecomendaciones, sin embargo el 34% deduce lo contrario.

Tabla 23: ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa satisface sus necesidades?

Ítems	N	%
SI	74	50.3
NO	73	49.7
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

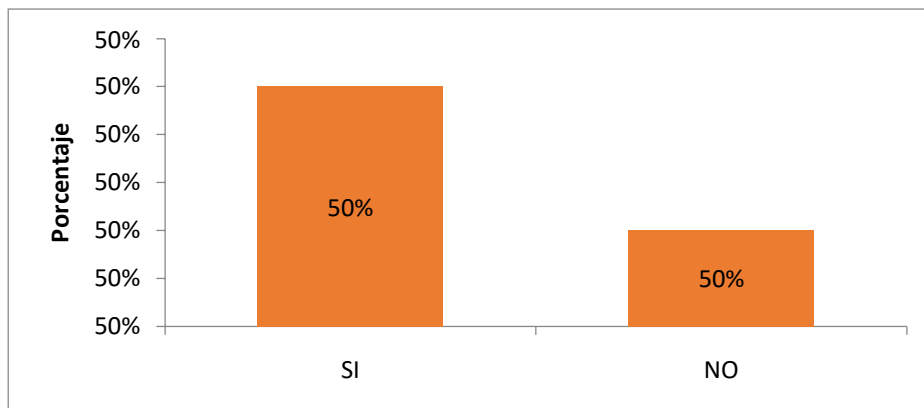


Ilustración 23: ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa satisface sus necesidades?

Interpretación:

En la tabla 23y figura 23, se determinó que el 50% de los clientes afirman que las MYPES comercializadoras de ropa del mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura si satisface sus necesidades de vestir, casi lo mismo el 49,7% deduce lo contrario.

Tabla 24: ¿Cree usted que los precios de los productos están acorde con la calidad de servicio y a la satisfacción del cliente?

Ítems	N	%
SI	132	89.8
NO	15	10.2
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

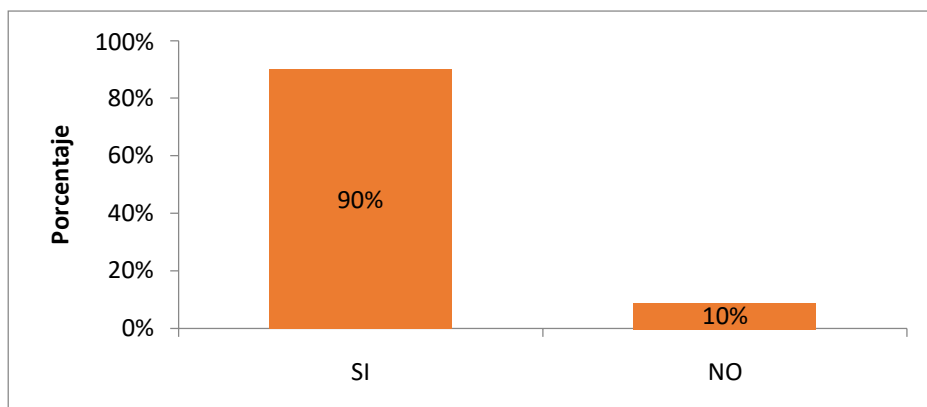


Ilustración 24: ¿Cree usted que los precios de los productos están acorde con la calidad de servicio y a la satisfacción del cliente?

Interpretación:

En la tabla 24 y figura 24, se determinó que el 90% de los clientes determinaron que los precios de los productos si están acorde con la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, solo el 10% opina lo contrario.

Tabla 25: ¿Para la atención al cliente el tiempo de espera es largo?

Ítems	N	%
SI	80	54.4
NO	67	45.6
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

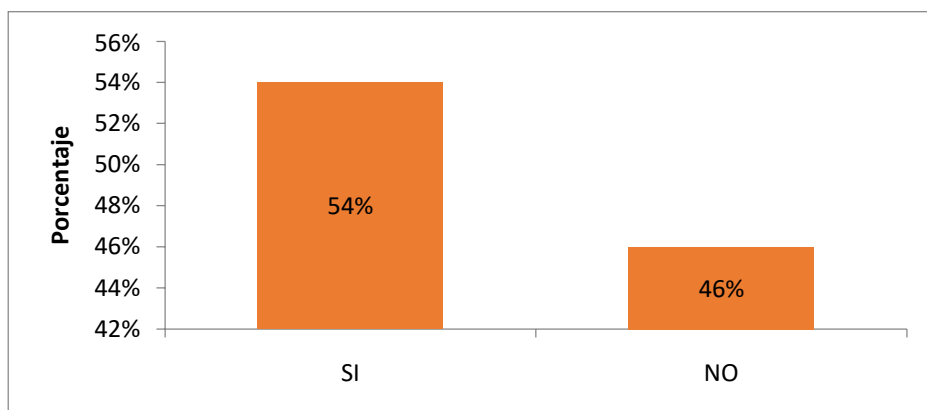


Ilustración 25: ¿Para la atención al cliente el tiempo de espera es largo?

Interpretación:

En la tabla 25 y figura 25, se determinó que el 54% de los clientes determina que el tiempo de espera para recibir el servicio de atención es largo, sin embargo el 46% determina que no es largo el tiempo de espera.

Tabla 26: ¿Cree que el trato que recibe el cliente desde que llega a la MYPE de comercio de ropa es personalizado?

Ítems	N	%
SI	68	46.3
NO	79	53.7
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

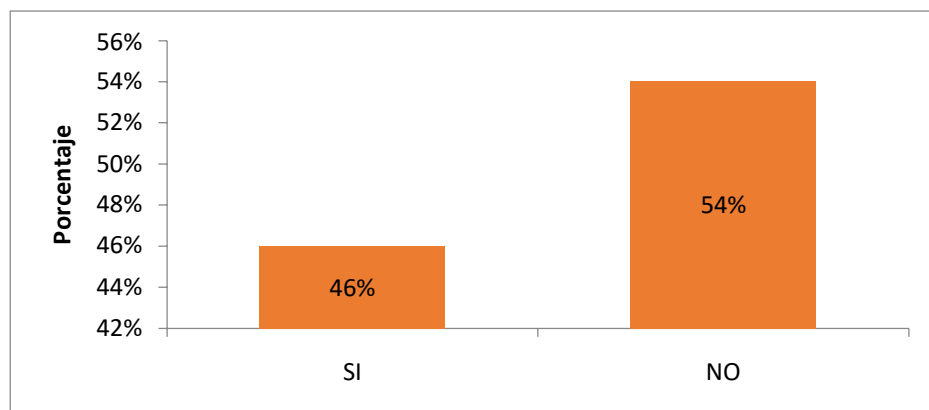


Ilustración 26: ¿Cree que el trato que recibe el cliente desde que llega a la MYPE de comercio de ropa es personalizado?

Interpretación:

En la tabla 26 y figura 26, se determinó que el 46% de los clientes determinaron que el trato que recibe de las MYPE comercializadoras de ropa es personalizado, sin embargo el 54% deduce que no.

Tabla 27: ¿Cree usted que los clientes se sienten satisfechos después de servicio obtenido?

Ítems	N	%
SI	125	85.0
NO	22	15.0
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

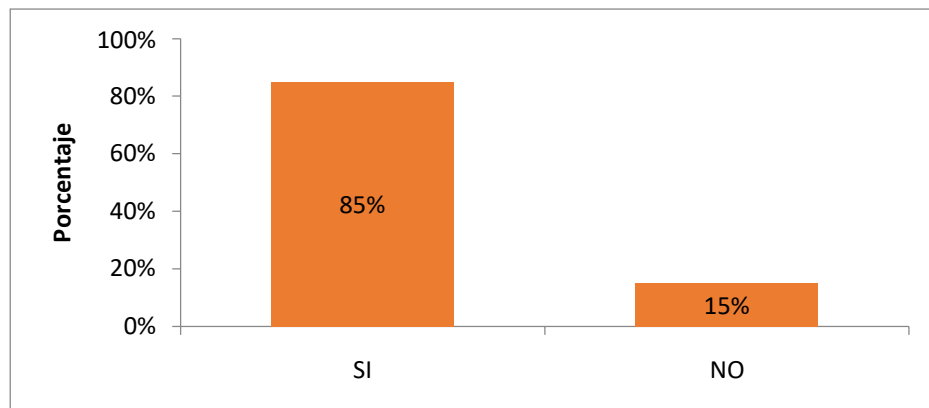


Ilustración 27: ¿Cree usted que los clientes se sienten satisfechos después de servicio obtenido?

Interpretación:

En la tabla 27 y figura 27, se determinó que el 85% de los clientes si creen que la mayoría de clientes que son atendidos en las MYPES comercializadoras de ropa de la plataforma de mercado Juan Velasco Alvarado Piura se sienten satisfechos por el servicio obtenido, sin embargo el 15% no opina lo mismo.

Tabla 28: ¿Cree usted que el personal del establecimiento cuenta con los recursos adecuados para la atención al cliente?

Ítems	N	%
SI	94	63.9
NO	53	36.1
TOTAL	147	100.00

Fuente: Clientes de la MYPES rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

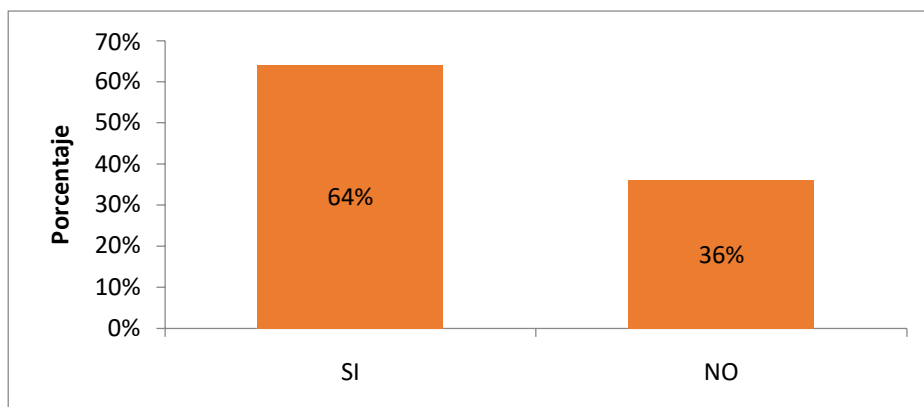


Ilustración 28: ¿Cree usted que el personal del establecimiento cuenta con los recursos adecuados para la atención al cliente?

Interpretación:

En la tabla 28 y figura 28, se determinó que el 64% de los clientes si creen que el establecimiento cuenta con los recursos necesarios para la atención que se le brinda, sin embargo el 36% deduce que no.

5.2. Análisis de resultados

Gestión de calidad

1° objetivo específico: Determinar los principios de gestión de calidad de las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

Dimensiones: Principios

Tabla 1 y figura 1, “Denominada **enfoque al cliente** se determinó que el 31% de los trabajadores afirmaron que las MYPES comercio de ropa si comprenden las necesidades actuales y futuras de los clientes, sin embargo, el 69% opina lo contrario”. Afirmación contrastada con Salinas, (2015) quien muestra que las organizaciones dependen de sus clientes y por tanto deberían de comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer sus requisitos, y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes. De otra parte (Dousdebés & Albán, 2014) en su estudio se enfoca en los procesos internos de la empresa y a través de estos, a lograr la gestión de calidad, el enfoque al cliente y el manejo de quejas y sugerencias.

Así mismo En la tabla 2 y figura 2, denominada **enfoque al cliente** determinó que el 56% de los trabajadores afirmaron que las MYPE comercio de ropa si miden la satisfacción de los clientes actuando según los resultados, el 44% opina lo contrario. Afirmación contrastada con Salinas, (2015) el principio de organización enfocada al cliente se impulsan Comunicar estas necesidades y expectativas a los largo de toda

la organización; Medir la satisfacción de los clientes y actuar sobre los resultados. Por otro lado (Dousdebés & Albán, 2014) manifestó que los procesos internos de la empresa permiten lograr la gestión de calidad y la satisfacción del cliente.

Así mismo En la tabla 3 y figura 3, referente a **liderazgo** se determinó que el 63% de los trabajadores afirmaron que el personal si proporciona los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad, sin embargo, el 37% opina lo contrario. Para ello Salinas, (2015) manifiesta que los dirigentes constituyen ciertas unidades de objetividad en la organización creando y manteniendo un ambiente interna el cual los trabajadores se involucren en la ejecución de diferentes objetivos acorde a la MYPE. Por otro lado (Panta, 2018), en su estudio manifiesta que los procesos realizados son los óptimos para lograr los resultados planificados, ejercen con responsabilidad el liderazgo que se necesita para llevar al éxito a una empresa.

Mientras en la tabla 4 y figura 4, referente a **participación del personal** se determinó que el 81% de los trabajadores afirmaron que si se ofrece oportunidades para que los trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias, sin embargo, el 19% opina lo contrario. Por otro lado Salinas, (2015) precisa que la participación de los trabajadores está centrada en las posibilidades de usar ciertas capacidades que generen beneficio en la MYPE. Para ello (Morales & Ferié, 2020), manifiesta en su estudio que el crecimiento económico deben ser acompañadas de un proceso de formación constante que apunte

hacia las mejoras de los factores internos (actitudes y conocimiento de los empleados); así como de prácticas propias de la empresa a favor de una gestión de calidad.

Así mismo En la tabla 5 y figura 5, referente a **participación del personal** se determinó que el 56% de los trabajadores afirmaron que si comparten libremente conocimientos y experiencias entre sí con los mismos trabajadores acción en equipo, el 44% no comparten tales experiencias. Por otro lado Salinas, (2015) La participación de los trabajadores está centrada en acciones como responsabilidad, búsqueda de oportunidades, compartir experiencias, crear valores e innovaciones ante la sociedad con el fin de satisfacer las expectativas en la MYPE. Además (Mercedes, 2018) “menciona que las dificultades del personal para aplicar la gestión es la poca iniciativa, se debe medir el rendimiento del personal a través de la observación de esa manera Fortalecer más las relaciones entre los trabajadores, para el buen funcionamiento en la empresa”

Por otro lado En la tabla 6 y figura 6, referente a **enfoque a procesos** se determinó que el 38% de los trabajadores afirmaron que si se evalúan los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores, el 62% no evalúa tales componentes. Mientras Salinas, (2015) precisa que los resultados deseados se logran con eficiencia en tanto los patrimonios y labores son gestionados como proceso a base de diferentes acciones como es el logro

de resultados deseados, evaluación de riesgos, la identificación de ciertos clientes y por ultimo tener presente el proceso de actividad. Por otro lado (Panta, 2018) indica que siempre se debe planificar los objetivos estratégicos, gestionar las políticas de servicio e implementa estrategias de calidad en las áreas de trabajo, verifica si los procesos realizados son los óptimos para lograr los resultados planificados.

Mientras en la tabla 7 y figura 7, referente a **enfoque del sistema hacia la gestión** se determinó que el 31% de los trabajadores afirmaron que si definen el sistema de gestión de la calidad de forma que identifican aquellos procesos que afectan algún objetivo, el 69% no lo definen. Por otro lado Salinas, (2015) La gestión de procesos se da mediante la eficiencia de la MYPE, ello impulsa a la definición de un sistema equilibrado, estructurado; además de poder deducir diversos procesos del Mismo a través de la estimación y de las diferentes limitaciones para poder ser una acción ejecutoria. Afirmación que se contrasta con (Vásquez, 2016) quien precisa que los microempresarios deben tener conocimiento de la importancia y del cumplimiento de los procesos de gestión de calidad de esta manera se evidencia en un mayor nivel de desarrollo y crecimiento de la MYPE.

Por otro lado En la tabla 8 y figura 8, referente a **mejora continua** se determinó que el 75% de los trabajadores afirmaron que si se fomentan en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas con el fin de llevar un objetivo eficiente, el 25% no fomenta tal mejora. Afirmación que contrasta con Salinas, (2015) quien manifiesta que la mejora continua de procesos, son impulsados mediante procesos como la mejora de producto, proceso y sistema; además la promoción de diversas actividades; la planificación evitaría problemas de gestión. Por otra parte (Quispe, 2017) manifestó que la mejora continua es uno de los principios más importantes en una organización ya que permite evolucionar y de esa manera lograr estar en constantes cambios en beneficio de la empresa.

Por otra parte En la tabla 9 y figura 9, **enfoque objetivo hacia la toma de decisiones** se determinó que el 81% de los trabajadores afirmaron que si se analizan los datos e información obtenidos a través de los procesos las cuales emplean métodos válidos, el 19% no sostiene dicho análisis para tales procesos y Salinas, (2015) menciona que el enfoque objetivo hacia la toma de decisiones se basan en el análisis de datos y en la información las decisiones efectivas. Por otro lado (Huavil, 2017) preciso que la toma de decisiones debe efectuarse de esta manera se desarrolla una gestión de calidad oportuna para el crecimiento de la MYPE.

Así mismo En la tabla 10 y figura 10, denominada “**relación mutuamente beneficiosa con el proveedor**” se determinó que el 56% de los trabajadores afirmaron que si se establecen relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo, el 44% no establecen tales relaciones. Por otro lado Salinas, (2015) manifestó que el principio de relación mutuamente beneficiosa con el proveedor impulsan a Identificar y seleccionar proveedores, Establecer relaciones con el proveedor que equilibren los beneficios a corto plazo con las consideraciones a largo plazo para la organización de esta manera crear comunicaciones claras y abiertas. Afirmación contrastada con (Quispe, 2017) preciso que tener buena relación con los proveedores garantiza una manera eficiente de implementar la gestión de calidad.

2°Objetivo Específico: Analizar el sistema de gestión de calidad de las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

En la tabla 11 y figura 11, referente a **orientación** del sistema de gestión de calidad se determinó que el 88% de los trabajadores afirmaron que se encuentran actualmente informados sobre las normas ISO 9001:2015, el 12% no se encuentran informados. Según (ISO, 2018) El sistema de gestión de calidad se basa en la norma ISO 9001, las empresas se interesan por obtener esta certificación para garantizar a sus clientes la mejora de sus productos o servicios y estos a su vez prefieren empresas comprometidas con la calidad.

Por otro lado (Salinas, 2015), manifestó que Sistema de Gestión de Calidad se define misión, visión y objetivos de calidad, además de realizar el manual de calidad con los procedimientos estandarizados y necesarios para orientación y mejora de calidad, tiene como propósito describir la estructura, operación, medición y mejoramiento continuo de la compañía.

Así mismo En la tabla 12 y figura 12, denominado **requisitos** del sistema de gestión de calidad se determinó que el 69% de los trabajadores afirmaron que si se cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015, el 31% opina lo contrario. Por otra parte (ISO, 2018) precisa que la “Estructura de Alto Nivel” la integración entre los diferentes Sistemas de Gestión ISO favorecerá, logrando que los tiempos y recursos invertidos en su gestión se reduzcan a niveles considerables. Para ello (Zavaleta, 2019), manifestó que la elaboran documentos y el cumplimiento de requisitos de gestión permiten que las MYPE tengan un mejor funcionamiento.

Atención al cliente

3°Objetivo Específico: Identificar las necesidades de los clientes que tienen las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

Dimensiones: Necesidades de los clientes

En la tabla 13 y figura 13, denominado **fuentes de información** se determinó que el 84% de los clientes si creen que los colaboradores están bien informados sobre los productos las cuales les ofrecen, sin embargo el 16% determina que no. Así mismo (Paz, 2020) indica que es importante conocer a detalle los productos o servicios a ofrecer al cliente de esa manera saber los diferentes componentes de requerimiento de

servicio. Por otro lado (Paz, 2018), en su estudio preciso que para brindar un excelente servicio al cliente es necesario tener información clara y veras de los productos a ofrecer demostrando de esa manera tener credibilidad la empresa.

Por otra parte En la tabla 14 y figura 14, del indicador **comportamiento de los consumidores**, se determinó que el 58% de los clientes determinan que sus inquietudes si son respondidas con rapidez por medio del personal de la MYPE, sin embargo el 42% determina que no son respondidas. Así mismo Según Kotler (2015) nos dice que las necesidades de comportamiento de los consumidores se convierten en deseos cuando se dirigen a objetos específicos que podrían satisfacerlos. (Paz, 2020), en su estudio preciso que la atención al cliente permite conocer el comportamiento de estos, por ello implementarlas en su totalidad garantiza un buen servicio y una atención con calidad.

Así mismo En la tabla 15 y figura 15, Referente a **identificar las necesidades** se determinó que el 82% de los clientes afirman que la MYPE comercial de ropa si posee clientes fieles exclusivos a sus marcas y garantías de prendas, sin embargo solo el 18% deduce que no posee clientes fieles. Además (Kotler, Philip, & Armstrong, 2015). Manifestaron que los mercadólogos pueden ejercer una determinada influencia mediante las diferentes actividades de la mercadotecnia y esto permitiría la fidelización de clientes. Por otro lado (Dousdebés & Albán, 2014) en su investigación manifestó que identificar de manera efectiva

las necesidades permiten que el cliente recurra siempre al establecimiento.

Por otro lado En la tabla 16 y figura 16, del indicador **Atención eficiente** se determinó que 17% de los clientes afirman que las MYPES comerciales de ropa si ofrecen ofertas a los clientes, sin embargo el 83% deduce que no son proporcionados. (Huavil, 2017). Manifiesto que él se cliente parece sencillo de cautivar en la atención, sin embargo depende básicamente de la calidad de servicio brindado y ofertas de mercado. (Paz, 2020) preciso que la atención al cliente se debe desarrollar de manera eficiente de esta manera demuestran tener credibilidad a la empresa.

Además En la tabla 17 y figura 17, referente a **mejora continua** se determinó que el 75% de los clientes afirmaron que las MYPES comerciales de ropa si están interesados por mejorar, sin embargo el 25% deduce lo contrario. Así mismo (Zavaleta, 2019) menciono “la mejora continua es impactar la expectativa del cliente con el fin de adaptar posibles cambios y necesidades en el cliente, para ello es importante que los trabajadores posean una determinada capacidad de toma de decisiones “por otro lado (Panta, 2018), en su estudio preciso que la evaluación de conformidad del cliente del servicio realizado es parte de mejora continua

Por otro lado En la tabla 18 y figura 18, **expectativas determinadas** se determinado que el 68% de los clientes si consideran que las MYPES comerciales de ropa han mejorado sobre todo en su forma de servicio, pero sin embargo el 32% no opina lo mismo. Además Según Kotler (2015) manifestó “Es importante saber las diferentes apreciaciones expectativas de los clientes ante el servicio que se ofrece y además del producto que es otorgado, depende de ello tendrán un concepto sobre la MYPE correspondiente, pero para que esto sea eficiente, los trabajadores deben conocer la necesidad de estos clientes”. Mientras (Paz, 2020) implementar en su totalidad un buen servicio al cliente cuidando las expectativas que estos tienen de la MYPE garantiza una atención con calidad.

4°Objetivo Específico: Conocer el nivel de satisfacción de los clientes en las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, 2019.

En la tabla 19 y figura 19, indicador **Trato recibido** se determinó que el 12% de los clientes determinaron que las MYPES comerciales de ropa si cuentan con libros de reclamaciones, sin embargo el 88% afirmo lo contrario. Mientras (Cruz, 2015) preciso “la satisfacción de los clientes en manera subjetiva, ello depende de la propia realidad en que se percibe, en todo caso la atención al cliente debe ser racional y objetiva” por otro lado (Ramírez, 2020) menciono que identificar el nivel de satisfacción de los clientes en su mayoría el producto que se

ofrece logra superar sus expectativas de los clientes, por ello es importante brindarles un buen trato para que no tengan que poner alguna queja en el libro de reclamaciones de la organización.

En la tabla 20 y figura 20, del indicador **satisfacción de compra** se determinó que el 80% de los clientes determinaron que las MYPES comercializadoras de ropa si han realizado encuestas de satisfacción del cliente, sin embargo el 20% deduce que nose han realizado. Así mismo Kotler y Keller (2015) definen la satisfacción de cliente como: la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Es importante aplicar encuestas para conocer al cliente. Además (Mercedes, 2018), en su estudio manifestó la importancia del rendimiento del personal, si está calificado para un buen servicio al cliente y si el cliente se va satisfecho con su compra depende mucho de la capacidad de los colaboradores.

En la tabla 21 y figura 21, **Atención al cliente** se determinó que el 85% de los clientes si acuden frecuentemente a las MYPES comercializadoras de ropa, sin embargo el 15% no acuden. Por otro lado Kotler (2015) Los clientes se sienten satisfechos depende de cómo se percibe el servicio y el uso del producto acorde al valor en que es otorgado, en ello influye el tipo de relación y la expectativa de que el clientese sienta servido de su objetivo que busco encontrar en la MYPE. Además (Paz, 2018), en su

estudio manifestó que implementar un buen servicio de atención al cliente es una de las fortalezas que debe tener la empresa de esta manera su clientes sean recurrentes.

En la tabla 22 y figura 22, **Trato recibido** se determinó que el 66% de los clientes creen que las MYPES comercializadoras de ropa del mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura si han tenido varias recomendaciones, sin embargo el 34% deduce lo contrario. (Cruz, 2015) menciono que Diseñar estrategias de mercadeo interno y venta interna que genera la participación de los clientes internos en la prestación de un servicio de excelencia, las MYPE serán recomendadas partiendo de la satisfacción y compromiso de sus colaboradores. (Panta, 2018) preciso que evaluar la conformidad del cliente del servicio realizado, contribuye a que te recomienden por la eficiencia.

En la tabla 23 y figura 23, “**satisfacción de necesidades**” se determinó que el 50% de los clientes afirmanque las MYPES comercializadoras de ropa del mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura si satisface sus necesidades de vestir, casi lo mismo el 49,7% deduce lo contrario. (Cruz, 2015) manifestó que la atención refleja diferentes percepciones tanto económico y calidad de servicio admisible en el consumidor asimismo, deben cumplir con segmentos de calidad y de precios bajos. (Mercedes, 2018), en su estudio asegura que del personal calificado surge buen servicio al cliente.

En la tabla 24 y figura 24, del indicador **atención al cliente** se determinó que el 90% de los clientes determinaron que los precios de los productos si están acorde con la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, solo el 10% opina lo contrario. (Panta, 2018) las organizaciones deben tener presente que el consumidor con respecto al servicio y producto siempre buscara buen precio y calidad con sus necesidades y exigencias particulares. (Aguiluz, 2019), en su estudio preciso que el aumento de ventas es mayormente por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente.

En la tabla 25 y figura 25, indicador **atención al cliente** se determinó que el 54% de los clientes determina que el tiempo de espera para recibir el servicio de atención es largo, sin embargo el 46% determina que no es largo el tiempo de espera. Según Kotler y Keller (2015) para que los clientes se sienten satisfechos depende de cómo se percibe el servicio y el uso del producto acorde al valor en que es otorgado, en ello influye el tipo de relación y la expectativa del cliente. Además (Morales & Ferié, 2020), preciso el servicio al cliente se puede implementar el modelo SERVQUAL uno de los más confiables para la evaluación de la calidad del servicio al cliente en una organización empresarial.

En la tabla 26 y figura 26, **Trato recibido** se determinó que el 46% de los clientes determinaron que el trato que recibe de las MYPE comercializadoras de ropa es personalizado, sin embargo el 54% deduce que no. (Cruz, 2015) “La satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos” (Panta, 2018) manifestó la importancia de realiza capacitaciones de atención al cliente.

En la tabla 27 y figura 27, **satisfacción del cliente** se determinó que el 85% de los clientes si creen que la mayoría de clientes que son atendidos en las MYPES comercializadoras de ropa de la plataforma de mercado Juan Velasco Alvarado Piura se sienten satisfechos por el servicio obtenido, sin embargo el 15% no opina lo mismo. Mientras (Cruz, 2015) dice que Conocer a los clientes es la manera más confiables de saber sus perfiles. (Zavaleta, 2019) preciso “los colaboradores deben tener carisma para desempeñar un cargo de atención al cliente”

En la tabla 28 y figura 28, **atención al cliente** se determinó que el 64% de los clientes si creen que el establecimiento cuenta con los recursos necesarios para la atención que se le brinda, sin embargo el 36% deduce que no. Por otro lado (Panta 2018) manifiesta que el cliente tiene sus necesidades y exigencias particulares. Afirmación contrastada (Ramírez, 2020) los recursos son importantes en una eficiente atención al cliente.

VI. CONCLUSIONES

Objetivo específico 1

En relación a los principios de gestión de calidad de las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, se determinó que el mas de la mitad de los trabajadores no comprenden las necesidades actuales y futuras de los clientes, además miden la satisfacción de los clientes actuando según los resultados, así mismo afirmaron que si se proporciona los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad, si ofrecen oportunidades para que así los trabajadores aumenten los conocimientos, competencias y experiencias, para ello comparten conocimientos y experiencias en equipo. Por otro lado no siempre evalúan posibles riesgos en el proceso de calidadde servicios, además el no definen el sistema de gestión de calidad. Se determinó que fomentan la mejora continua de productos, procesos y sistemas en la MYPE, además analizan los datos e información que son obtenidos a través de los procesos; y establecen relaciones con los proveedores con el fin de lograr beneficios a corto y largo plazo.

Objetivo específico 2

En relación al sistema de gestión de calidad de las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, se determinó que los trabajadores si se encuentran informados sobre las normas ISO 9001:2015; y cumplen con los requisitos de la norma.

Objetivo específico 3

Respecto a las necesidades de los clientes que tienen las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura los clientes se encuentran informados de los productos que ofrecen, así mismo sus inquietudes son respondidas respecto al producto, además afirman que las MYPES poseen clientes fieles. Sin embargo los clientes afirman que no se ofrecen ofertas, para ello deducen que los propietarios de las MYPES están interesados en la mejora del servicio puesto que los clientes determinaron que la MYPE ha mejorado en su forma de servicio. Por otro lado deducen que las MYPES no cuentan con libro de reclamaciones, por otra parte determinan que si se han realizado encuestas de satisfacción al cliente, además acuden frecuentemente a las MYPES comercializadoras de ropa en mercadoplataforma Juan Velasco Alvarado Piura; y afirman que han tenido varias recomendaciones.

Objetivo específico 4

Respecto al nivel de satisfacción de los clientes en las MYPE rubro comercio de ropa en mercado plataforma Juan Velasco Alvarado Piura, se determinó que los clientes si se satisface sus necesidades, además se deduce que los precios están acorde con el servicio, sin embargo determinan que el tiempo de espera es largo. Por ello no recibe trato personalizado, pero a su vez se sienten satisfechos por el servicio que se le brinda; además los clientes creen que el establecimiento cuenta con los recursos necesarios para la atención que se le brinda.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguiluz, J. D. (2019). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeña empresa, del sector comercio-rubro venta de ropa para damas, av. saenz peña desde la cuadra 5 a la 8, distrito del Callao, departamento de Lima, periodo 2016*. Lima: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Cruz, F. E. (2015). *Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las Mype del rubro restaurantes del distrito de Lalaquiz - Huancabamba, 2015*. Piura: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Díaz, S. C. (2015). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: San Marcos.
- Díaz, S. C. (2015). *Metodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Dousdebés, S. B., & Albán, J. J. (2014). *Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: Almacenes la Rebaja*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador .
- Flores, L. C. (2016). *Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa en el mercado modelo de la provincia de Huarmey, año 2016*. Lima: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Huavil, K. I. (2017). *Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para caballeros, centro comercial Acomerced, Huacho, 2017*. Huacho: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Jaramillo, O. K. (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las Mypes sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017*. Tumbes: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Mercedes, C. B. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros, mercado modelo, Chimbote, 2018*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

- Morales, Y. M., & Feri , C. P. (2020). *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*. Ecuador: Universidad Católica del Ecuador.
- Panta, T. M. (2018). *La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018*. Lima: Universidad Católica los  ngeles de Chimbote.
- Paz, S. J. (2018). *Gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes del sector comercio-rubro venta de ropas para caballeros, del distrito de Huaral 2018*. Lima: Universidad Católica los  ngeles de Chimbote.
- Paz, S. J. (2020). *Gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes del sector comercio-rubro venta de ropas para caballeros, del distrito de Huaral 2018*. Huaral: Universidad Católica los  ngeles de Chimbote.
- Quispe, B. L. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector comercio – rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjuí, 2017*. Juanjuí: Universidad Católica los  ngeles de Chimbote.
- Ramirez, M. C. (2020). *Gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro Ropa en el Mercado de Pa ta, Año 2020*. Piura: Universidad Católica los  ngeles de Chimbote.
- Salinas, V. E. (2015). *Sistema de gestión de la calidad en los servicios y su incidencia en las ventas de la Compa a GERIZIM CIA. LTDA*. Ambato: Pontificia Universidad Catolica del Ecuador.
- Uladech. (16 de agosto de 2019). *Código de  tica para la investigación*. Recuperado el 09 de noviembre de 2020, de <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>
- Vasquez, F. A. (2016). *La gestión de calidad con un enfoque en el financiamiento y su influencia en el nivel de ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de ropa para niños del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, año 2016*. Chimbote: Universidad Católica Los  ngeles de Chimbote.

- Vilchez, M. E. (2016). *Formalización y Gestión de Calidad de las mype comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara (Piura), año 2016*. Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Zavaleta, I. R. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa para niños en el centro comercial Los Ferroles en el distrito de Chimbote, año 2017*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

VIII. ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

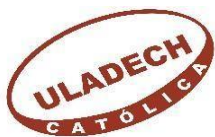
CUESTIONARIO PARA GERENTES Y TRABAJADORES

Sr. Empresario:

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 respondiendo al presente cuestionario que tiene por finalidad la elaboración de mi Tesis denominada: **“GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO COMERCIO DE ROPA EN MERCADO PLATAFORMA JUAN VELASCO ALVARADO PIURA –AÑO 2019”**.

PREGUNTAS	SI	NO
1. ¿La Mype comercio de ropa comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes?		
2. ¿La Mype comercio de ropa mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados?		
3. ¿Proporciona al personal los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?		

4. ¿Ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias?		
5. ¿Comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos?		
6. ¿Evalúa los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores?		
7. ¿Define el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?		
8. ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas?		
9. ¿Analiza los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos validos?		
10. ¿Establece relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?		
11. ¿Se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015?		
12. ¿Cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015?		



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

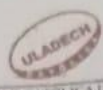
CUESTIONARIO PARA CLIENTES

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 respondiendo al presente cuestionario que tiene por finalidad la elaboración de mi Tesis denominada: **“GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO COMERCIO DE ROPA EN MERCADO PLATAFORMA JUAN VELASCO ALVARADO PIURA –AÑO 2019.”**.

PREGUNTAS	SI	NO
1. ¿Cree usted que los colaboradores están bien informados de los productos que ofrece?		
2. ¿Cuándo el cliente tiene una inquietud es respondida con rapidez?		
3. ¿La MYPE de comercio de ropa posee clientes fieles?		
4. ¿La mype de comercio de ropa proporciona ofertas a los clientes?		

5. ¿Cree usted que la Mype comercial de ropa se interesa por mejorar?		
6. ¿Considera usted que la MYPE de comercio de ropa ha mejorado?		
7. ¿La MYPE de comercio de ropa cuenta con libro de reclamaciones?		
8. ¿La MYPE de comercio de ropa realiza encuestas de satisfacción al cliente?		
9. ¿Acuden clientes frecuentemente a la MYPE de comercio de ropa?		
10. ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa ha tenido recomendaciones?		
11. ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa satisface sus necesidades?		
12. ¿Cree usted que los precios de los productos están acorde con la calidad de servicio y a la satisfacción del cliente?		
13. ¿Para la atención al cliente el tiempo de espera es largo?		
14. ¿Cree que el trato que recibe el cliente desde que llega a la MYPE de comercio de ropa es personalizado?		
15. ¿Cree usted que los clientes se sienten satisfechos después de servicio obtenido?		
16. ¿Cree usted que el personal del establecimiento cuenta con los recursos adecuados para la atención al cliente?		

Anexo N° 2: Consentimiento Informado


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

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 la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Comercio de Ropa en Mercado Plataforma Juan Velasco Alvarado, Piura Año, 2019” y es dirigido por la estudiante encargada **Bélgica Masiel Flores Calle**, con DNI: 70630725, con código de estudiante: 0811162206, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: informar sobre la gestión de la calidad de las pequeñas empresas, asimismo la Atención que estas brindan a sus clientes que acuden a sus establecimientos.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

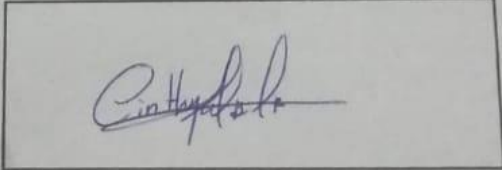
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico y número de celular. Si desea, también podrá escribir al correo belgicaflores998@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

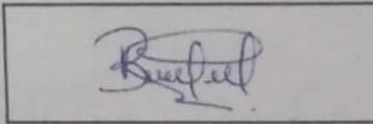
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre y Apellidos del representante legal: Cinthya Lisbeth Ballesteros Rivera

DNI: 45223912 **Fecha:** 15/04/2021

Correo electrónico: (Cballesterosri) Cinthya_balle2@hotmail.com

Firma del Representante Legal: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

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 la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Comercio de Ropa en Mercado Plataforma Juan Velasco Alvarado, Piura Año, 2019” y es dirigido por la estudiante encargada **Bélgica Masiel Flores Calle**, con DNI: 70630725, con código de estudiante: 0811162206, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: informar sobre la gestión de la calidad de las pequeñas empresas, asimismo la Atención que estas brindan a sus clientes que acuden a sus establecimientos.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico y número de celular. Si desea, también podrá escribir al correo belgicaflores998@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 y Apellidos del representante legal: Yerson Jairo Garcia Palacios

DNI: 77286711

Fecha: 15/04/2021

Correo electrónico: palaciosyersonjairo@hotmail.com

Firma del Representante Legal:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

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 la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Comercio de Ropa en Mercado Plataforma Juan Velasco Alvarado, Piura Año, 2019” y es dirigido por la estudiante encargada **Bélgica Masiel Flores Calle**, con DNI: 70630725, con código de estudiante: 0811162206, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: informar sobre la gestión de la calidad de las pequeñas empresas, asimismo la Atención que estas brindan a sus clientes que acuden a sus establecimientos.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico y número de celular. Si desea, también podrá escribir al correo belgicaflores998@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 y Apellidos del representante legal: Manuel Emilio Estrada Mendoza

DNI: 02647898

Fecha: 15/04/2021

Correo electrónico: com.gospasim1@hotmail.com

Firma del Representante Legal:

Manuel E. Estrada Mendoza

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

Bélgica

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

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 la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Comercio de Ropa en Mercado Plataforma Juan Velasco Alvarado, Piura Año, 2019”** y es dirigido por la estudiante encargada **Bélgica Masiel Flores Calle**, con DNI: **70630725**, con código de estudiante: **0811162206**, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: informar sobre la gestión de la calidad de las pequeñas empresas, asimismo la Atención que estas brindan a sus clientes que acuden a sus establecimientos.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico y número de celular. Si desea, también podrá escribir al correo belgicaflores998@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:

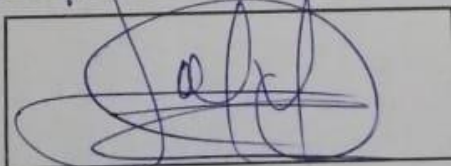
Nombre y Apellidos del representante legal: José Hernando Ballesteros Chombo

DNI: 02634079

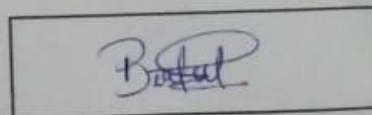
Fecha: 15/04/2021

Correo electrónico: HernanEscorpiu_05@live.com

Firma del Representante Legal:



Firma del investigador (o encargado de recoger información):



Anexo N° 3: Validación de instrumento

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Diego Salvador Lachira Estrada, identificado con DNI 45063280, con el grado de Magister en Administración

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por el estudiante Flores Calle Belgica Masiel, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO COMERCIO DE ROPA EN MERCADO PLATAFORMA JUAN VELASCO ALVARADO PIURA –AÑO 2019.”**, que se encuentra realizando.

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

Piura, 05 de abril de 2021


Mg. Ing. Diego S. Lachira Estrada
DNI: 45063280
CIP: 155585

Ítems relacionados GESTION DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿La Mype comercio de ropa comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes?	/			/		/	SI () NO(/)
2. ¿La Mype comercio de ropa mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados?	/			/		/	SI () NO(/)
3. ¿Proporciona al personal los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?	/			/		/	SI () NO(/)
4. ¿Ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias?	/			/		/	SI () NO(/)
5. ¿Comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos?	/			/		/	SI () NO(/)
6. ¿Evalúa los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores?	/			/		/	SI () NO(/)
7. ¿Define el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?	/			/		/	SI () NO(/)
8. ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas?	/			/		/	SI () NO(/)
9. ¿Analiza los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos validos?	/			/		/	SI () NO(/)
10. ¿Establece relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?	/			/		/	SI () NO(/)
11. ¿Se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015?	/			/		/	SI () NO(/)
12. ¿Cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015?	/			/		/	SI () NO(/)


 Mg. Ing. Diego S. Lachira Estrada
 DNI: 45063280
 CIP: 155585

Ítems relacionados ATENCIÓN AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿Cree usted que los colaboradores están bien informados de los productos que ofrece?	/			/		/	SI () NO(/)
2. ¿Cuándo el cliente tiene una inquietud es respondida con rapidez?	/			/		/	SI () NO(/)
3. ¿La MYPE de comercio de ropa posee clientes fieles?	/			/		/	SI () NO(/)
4. ¿La mype de comercio de ropa proporciona ofertas a los clientes?	/			/		/	SI () NO(/)
5. ¿Cree usted que la Mype comercial de ropa se interesa por mejorar?	/			/		/	SI () NO(/)
6. ¿Considera usted que la MYPE de comercio de ropa ha mejorado?	/			/		/	SI () NO(/)
7. ¿La MYPE de comercio de ropa cuenta con libro de reclamaciones?	/			/		/	SI () NO(/)
8. ¿La MYPE de comercio de ropa realiza encuestas de satisfacción al cliente?	/			/		/	SI () NO(/)
9. ¿Acuden clientes frecuentemente a la MYPE de comercio de ropa?	/			/		/	SI () NO(/)
10. ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa ha tenido recomendaciones?	/			/		/	SI () NO(/)
11. ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa satisface sus necesidades?	/			/		/	SI () NO(/)
12. ¿Cree usted que los precios de los productos están acorde con la calidad de servicio y a la satisfacción del cliente?	/			/		/	SI () NO(/)
13. ¿Para la atención al cliente el tiempo de espera es largo?	/			/		/	SI () NO(/)
14. ¿Cree que el trato que recibe el cliente desde que llega a la MYPE de comercio de ropa es personalizado?	/			/		/	SI () NO(/)
15. ¿Cree usted que los clientes se sienten satisfechos después de servicio obtenido?	/			/		/	SI () NO(/)
16. ¿Cree usted que el personal del establecimiento cuenta con los recursos adecuados para la atención al cliente?	/			/		/	SI () NO(/)



 Mg. Ing. Diego S. Lachira Estrada
 DNI: 45063280
 CIP: 155585

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Héctor Orlando Arica Clavijo, identificado con DNI 02786302, con el grado de Magister en DOLENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por el estudiante: **FLORES CALLE BELGICA MASIEL**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO COMERCIO DE ROPA EN MERCADO PLATAFORMA JUAN VELASCO ALVARADO PIURA –AÑO 2019.”**, que se encuentra realizando.

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

Piura, 05 de abril de 2021


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Ítems relacionados GESTION DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿La Mype comercio de ropa comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes?	✓			✓		✓	SI () NO(✗)
2. ¿La Mype comercio de ropa mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados?	✓			✓		✓	SI () NO(✗)
3. ¿Proporciona al personal los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?	✓			✓		✓	SI () NO(✗)
4. ¿Ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias?	✓			✓		✓	SI () NO(✗)
5. ¿Comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos?	✓			✓		✓	SI () NO(✗)
6. ¿Evalúa los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores?	✓			✓		✓	SI () NO(✗)
7. ¿Define el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?	✓			✓		✓	SI () NO(✗)
8. ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas?	✓			✓		✓	SI () NO(✗)
9. ¿Analiza los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos validos?	✓			✓		✓	SI () NO(✗)
10. ¿Establece relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?	✓			✓		✓	SI () NO(✗)
11. ¿Se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015?	✓			✓		✓	SI () NO(✗)
12. ¿Cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015?	✓			✓		✓	SI () NO(✗)


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

Ítems relacionados ATENCIÓN AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿Cree usted que los colaboradores están bien informados de los productos que ofrece?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
2. ¿Cuándo el cliente tiene una inquietud es respondida con rapidez?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
3. ¿La MYPE de comercio de ropa posee clientes fieles?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
4. ¿La mype de comercio de ropa proporciona ofertas a los clientes?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
5. ¿Cree usted que la Mype comercial de ropa se interesa por mejorar?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
6. ¿Considera usted que la MYPE de comercio de ropa ha mejorado?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
7. ¿La MYPE de comercio de ropa cuenta con libro de reclamaciones?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
8. ¿La MYPE de comercio de ropa realiza encuestas de satisfacción al cliente?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
9. ¿Acuden clientes frecuentemente a la MYPE de comercio de ropa?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
10. ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa ha tenido recomendaciones?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
11. ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa satisface sus necesidades?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
12. ¿Cree usted que los precios de los productos están acorde con la calidad de servicio y a la satisfacción del cliente?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
13. ¿Para la atención al cliente el tiempo de espera es largo?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
14. ¿Cree que el trato que recibe el cliente desde que llega a la MYPE de comercio de ropa es personalizado?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
15. ¿Cree usted que los clientes se sienten satisfechos después de servicio obtenido?	✓			✓		✓	SI () NO (X)
16. ¿Cree usted que el personal del establecimiento cuenta con los recursos adecuados para la atención al cliente?	✓			✓		✓	SI () NO (X)


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Raquel Silva Juárez, identificado con DNI 02846914, con el grado de Magister en Gerencia Empresarial con N° de Colegiatura CLAD-01899

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por el estudiante Flores Calle Bélgica Masiel, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO COMERCIO DE ROPA EN MERCADO PLATAFORMA JUAN VELASCO ALVARADO PIURA –AÑO 2019.”**, que se encuentra realizando.

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

Piura, 05 de abril del 2021




Nº Raquel Silva Juárez
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

Ítems relacionados GESTION DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿La Mype comercio de ropa comprende las necesidades actuales y futuras de los clientes?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
2. ¿La Mype comercio de ropa mide la satisfacción de los clientes actuando según los resultados?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
3. ¿Proporciona al personal los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
4. ¿Ofrece oportunidades para que sus trabajadores aumenten sus conocimientos, competencias y experiencias?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
5. ¿Comparten libremente conocimientos y experiencias en equipos?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
6. ¿Evalúa los posibles riesgos, con secuencias e impactos del proceso de calidad del servicio, en los clientes y proveedores?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
7. ¿Define el sistema de gestión de calidad, identificando aquellos procesos que afectan algún objetivo?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
8. ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos, procesos y sistemas?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
9. ¿Analiza los datos y la información obtenidos a través de los procesos, empleando métodos validos?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
10. ¿Establece relaciones con los proveedores para lograr mutuamente beneficios a corto y largo plazo?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
11. ¿Se encuentra informado sobre la ISO 9001:2015?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
12. ¿Cumple con todos requisitos establecidos en la ISO 9001:2015?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)


 N.º. Raquel Silva Juárez

Ítems relacionados ATENCIÓN AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿Cree usted que los colaboradores están bien informados de los productos que ofrece?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
2. ¿Cuándo el cliente tiene una inquietud es respondida con rapidez?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
3. ¿La MYPE de comercio de ropa posee clientes fieles?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
4. ¿La mype de comercio de ropa proporciona ofertas a los clientes?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
5. ¿Cree usted que la Mype comercial de ropa se interesa por mejorar?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
6. ¿Considera usted que la MYPE de comercio de ropa ha mejorado?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
7. ¿La MYPE de comercio de ropa cuenta con libro de reclamaciones?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
8. ¿La MYPE de comercio de ropa realiza encuestas de satisfacción al cliente?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
9. ¿Acuden clientes frecuentemente a la MYPE de comercio de ropa?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
10. ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa ha tenido recomendaciones?	✓			✓		✓	SI () NO()
11. ¿Cree usted que la MYPE de comercio de ropa satisface sus necesidades?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
12. ¿Cree usted que los precios de los productos están acorde con la calidad de servicio y a la satisfacción del cliente?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
13. ¿Para la atención al cliente el tiempo de espera es largo?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
14. ¿Cree que el trato que recibe el cliente desde que llega a la MYPE de comercio de ropa es personalizado?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
15. ¿Cree usted que los clientes se sienten satisfechos después de servicio obtenido?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
16. ¿Cree usted que el personal del establecimiento cuenta con los recursos adecuados para la atención al	✓			✓		✓	SI () NO(✓)


 M. Raquel Silva Jares