

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**CARACTERIZACIÓN DE LOS FACTORES RELEVANTES DE
LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE
CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO
VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR,
CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO EN COMERCIOS
ESPECIALIZADOS (BOUTIQUE) EN LA CIUDAD DE CARAZ,
2020**

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

AUTORA

DOLORES ARELLAN, LIZ SOLEDAD

ORCID: 0000-0002-6104-8302

ASESORA

ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA

ORCID: 0000-0001-6079-2319

HUARAZ –PERÚ

2021

1. Título de la tesis

Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020

2. Equipo de trabajo

AUTORA

Dolores Arellan, Liz Soledad

ORCID: 0000-0002-6104-8302

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

Perú

ASESORA

Zenzain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

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

Perú

JURADO

Vilela Vargas, Victor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Espinosa Otoyá, Victor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

3. Hoja de firma del jurado y asesor

Mgr. Vilela Vargas Victor Hugo

Presidente

Mgr. Azabache Arquinio Carmen Rosa

Miembro

Mgr. Espinosa Otoyá Victor Hugo

Miembro

Dra. Zenzain Cordero Carmen Rosa

Asesora

4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria

A Dios por la fortaleza que me brinda cada día para salir adelante.

A mis padres por la motivación, apoyo económico y emocional que me brindaron incondicionalmente para lograr mi meta propuesta.

A la asesora por compartir su tiempo, paciencia y conocimiento para culminar con la investigación.

Dedicatoria

A Dios por haberme dado salud para lograr
mis objetivos, además de su infinita bondad
y amor.

A mis padres y hermana que de una u otra
forma me incentivaron para seguir adelante y
lograr culminar mi meta trazada.

5. Resumen y abstract

La investigación se realizó con el objetivo de describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020. Se utilizó una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental-transversal, la población estuvo conformada por 30 representantes con una muestra censal; para la recolección de información se utilizó la técnica de la encuesta y un cuestionario con 22 preguntas cerradas, obteniendo como resultado que el 50,0% tienen entre 18 a 30 años de edad, el 73,3% son de género femenino, el 56,7% tienen superior universitario, el 80,0% tienen entre 1 a 2 trabajadores, el 93,3% siempre planifican sus objetivos que desean alcanzar a fin de año, el 93,3% siempre ofrecen una respuesta rápida ante los reclamos del cliente y 100,0% siempre escuchan las quejas, sugerencias y reclamos de los clientes. Se concluye que la mayoría de los representantes de las MYPES de rubro boutique aplican la gestión de calidad en la atención al cliente de forma adecuada la cual les permite gestionar con mayor calidad.

Palabras clave: atención al cliente, boutique, gestión de calidad.

Abstract

The research was carried out with the objective of describing the relevant factors of customer service for quality management in micro and small companies, retail item of clothing, footwear and leather goods in specialized stores (boutique) in the city of Caraz, 2020. A methodology of quantitative type, descriptive level and non-experimental-cross-sectional design was used, the population was made up of 30 representatives with a census sample; For the collection of information, the survey technique and a questionnaire with 22 closed questions were used, obtaining the results that 50.0% are between 18 and 30 years of age, 73.3% are female, 56, 7% have a university degree, 80.0% have between 1 to 2 workers, 93.3% always plan their objectives that they want to achieve at the end of the year, 93.3% always offer a quick response to complaints from the customer and 100.0% always listen to customer complaints, suggestions and claims. It is concluded that most of the representatives of boutique MYPES apply quality management in customer service adequately, which allows them to manage with higher quality.

Keywords: customer service, boutique, quality management.

6. Contenido

1. Título de la tesis	ii
2. Equipo de trabajo.....	iii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iv
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	v
5. Resumen y abstract.....	vii
6. Contenido	ix
7. Índice de gráficos y tablas	x
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	4
III. Hipótesis	43
IV. Metodología	44
4.1. Diseño de la investigación.....	44
4.2. Población y muestra	44
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	46
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	48
4.5. Plan de análisis	48
4.6. Matriz de consistencia	49
4.7. Principios éticos	50
V. Resultados	54
5.1. Resultados	54
5.2. Análisis de los resultados	76
VI. Conclusiones.....	88
Aspectos complementarios.....	90
Referencias bibliográficas	91
Anexos.....	101

7. Índice de gráficos y tablas

Tabla 1 <i>Distribución según edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	54
Tabla 2 <i>Distribución según género de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	55
Tabla 3 <i>Experiencia de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	56
Tabla 4 <i>Distribución según grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	57
Tabla 5 <i>Distribución según el tiempo de permanencia de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	58
Tabla 6 <i>Distribución según incremento de ventas de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	59
Tabla 7 <i>Distribución según número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	60
Tabla 8 <i>Planifican los objetivos que se desean alcanzar las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz, 2020.</i>	61
Tabla 9 <i>Registro de problemas identificados en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	62
Tabla 10 <i>Elección de acciones para corregir los problemas en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	63
Tabla 11 <i>Diagnóstico de posibles soluciones de los problemas identificados en las MYPES del rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	64
Tabla 12 <i>Aplicación de acciones correctivas en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	65
Tabla 13 <i>Realizan seguimiento a los resultados de las acciones correctivas implementadas en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	66
Tabla 14 <i>Estandarizar acciones de mejora en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	67
Tabla 15 <i>Instalaciones físicas de MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz 2020.</i>	68

Tabla 16 <i>Uso de equipos tecnológicos modernos en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	69
Tabla 17 <i>Presentación del personal en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	70
Tabla 18 <i>Ofrecer un servicio fiable y adecuado a los clientes en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	71
Tabla 19 <i>Disponibilidad de ayuda a los clientes en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	72
Tabla 20 <i>Ofrecen una respuesta rápida ante los reclamos del cliente en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	73
Tabla 21 <i>Inspirar confianza a los clientes en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	74
Tabla 22 <i>Escucha quejas, sugerencias y reclamos de los clientes en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.</i>	75

Índice de gráficos

Gráfico 1	<i>¿Dentro de qué intervalo está ubicado su edad?</i>	54
Gráfico 2	<i>¿A qué género pertenece?</i>	55
Gráfico 3	<i>¿Cuántos años de experiencia tiene en el cargo?</i>	56
Gráfico 4	<i>¿Cuál es su grado de instrucción?</i>	57
Gráfico 5	<i>¿Cuántos años de permanencia tiene su empresa en el mercado?</i>	58
Gráfico 6	<i>¿Sus ventas se incrementaron respecto al año anterior?</i>	59
Gráfico 7	<i>¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?</i>	60
Gráfico 8	<i>¿Planifica los objetivos que desea alcanzar a fin de año?</i>	61
Gráfico 9	<i>¿Registra los problemas identificados de su empresa?</i>	62
Gráfico 10	<i>¿Elige acciones para corregir los problemas identificados en su empresa?</i>	63
Gráfico 11	<i>¿Diagnóstica las posibles soluciones de los problemas identificados?</i>	64
Gráfico 12	<i>¿Aplica las acciones correctivas de acuerdo a lo planificado?</i>	65
Gráfico 13	<i>¿Realiza seguimiento a los resultados de las acciones correctivas implementadas?</i>	66
Gráfico 14	<i>¿Estandariza las acciones de mejora para la solución de problemas?</i>	67
Gráfico 15	<i>¿Sus instalaciones físicas están acorde a las expectativas del cliente?</i>	68
Gráfico 16	<i>¿Hace uso de los equipos tecnológicos modernos en su empresa?</i>	69
Gráfico 17	<i>¿La presentación del personal es importante para la atención al cliente?</i>	70
Gráfico 18	<i>¿Ofrece un servicio fiable y adecuado a los clientes?</i>	71
Gráfico 19	<i>¿Se muestra disponible para ayudar a los clientes?</i>	72
Gráfico 20	<i>¿Sus trabajadores ofrecen una respuesta rápida ante los reclamos?</i>	73
Gráfico 21	<i>¿Sus trabajadores inspiran confianza a los clientes?</i>	74
Gráfico 22	<i>¿Escucha las quejas, sugerencias y reclamos de los clientes?</i>	75

I. Introducción

Las micro y pequeñas empresas juegan un rol muy importante en la economía no sólo del Perú, sino también de todos los países del mundo, porque son generadoras de fuentes de trabajo ya que aproximadamente más del 70% de peruanos trabajan en una micro y pequeña empresa, asimismo, en la actualidad muchas de las empresas no aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, debido a ello surgen dificultades en los procesos administrativos por el desconocimiento que tienen sobre las estrategias para brindar una buena atención, además, un enfoque en atención al cliente debe brindar un servicio de calidad, crear ambiente de confianza, ofrecer trato personalizado, hacer sentir que serán los más beneficiados y satisfacer sus necesidades ya que si no brindan servicio de calidad afectará directamente las ventas de estas empresas.

En Colombia los clientes son mucho más exigentes que antes en cuanto a la calidad de las prendas de vestir, se presenta tal problema porque se asume que los gerentes y/o representantes de dichas empresas desconocen sobre la gestión de calidad, las técnicas de publicidad y estrategias de comercialización, la cual implica que estas micro y pequeñas empresas tengan muy poca supervivencia en el mercado por la alta competencia que existe en el rubro, además, por la mala atención que brindan los colaboradores (Arbeláez y Hoyos, 2017).

En el Perú también sucede situaciones muy similares ya que no es ajeno a esta realidad porque muchos de los empresarios no aplican la gestión de calidad de forma adecuada en sus empresas, por tal motivo, sus colaboradores que están encargados de atender a los clientes no lo hacen de forma correcta la cual implica que el cliente quede insatisfecho, además, la mayoría de los dueños de estas boutique no se preocupan por satisfacer las necesidades de los clientes solamente buscan incrementar sus ventas.

Por otro lado, en la ciudad de Caraz los representantes de las micro y pequeñas del rubro boutique, tienen dificultades en la atención al cliente, porque la mayoría de los gerentes no motivan ni capacitan a sus trabajadores sobre la forma correcta de atender a los clientes de acuerdo a sus gustos y preferencias, asimismo, muchos de estas empresas no cuentan con un buzón de sugerencias ni libro de reclamaciones la cual les impide conocer el nivel de conformidad de sus clientes para hacer la mejora continua, además, otro de los problemas que se observa con más frecuencia es que la mayoría de los colaboradores más priorizan el uso del celular teniendo clientes que atender.

Situación que orientó a enunciar el problema: ¿Cuáles son las principales características de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020?

Para responder el problema se planteó como objetivo general describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020. Los objetivos específicos planteados para cumplir con el objetivo general fueron a) Listar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020, b) Definir las características de las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020, c) Detallar la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la

ciudad de Caraz, 2020, d) Identificar los factores relevantes de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

Se justifica porque describirá los factores relevantes de la atención al cliente, además, permitirá a los gerentes de las boutiques a tomar conciencia de la parte positiva de brindar una excelente atención, de modo que se podrán identificar las capacidades esenciales que sus colaboradores necesitan para lograr asegurar la satisfacción y fidelización de sus clientes. Asimismo, la investigación servirá como base para que los futuros investigadores busquen profundizar más el tema de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro boutique. Se utilizó una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental-transversal; la población estuvo conformada por 30 representantes con una muestra censal; se obtuvieron como principales resultados que el 50,0% tienen entre 18 a 30 años de edad, el 80,0% registran los problemas identificados, el 96,7% realizan seguimiento a los resultados y 100,0% ofrecen un servicio fiable. Se llegó a la conclusión de que las micro y pequeñas empresas del rubro boutique si aplican de forma adecuada la gestión de calidad en la atención al cliente, la cual les permite ser más competitivos en el mercado.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes

Nivel internacional

Arbeláez y Hoyos (2017) en su tesis “*Sistema de gestión de la calidad para la empresa de venta de ropa Liz Styles*”, presentado en la Universidad Libre Seccional Pereira, para optar el título de especialista en planeación y gestión estratégica, el objetivo general fue elaborar el sistema de gestión de calidad para la empresa Liz Styles dedicada a la venta de ropa para dama en la actualidad. La investigación se desarrolló de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, para obtener la información se tomó una muestra de 200 clientes, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario que contenía 21 preguntas cerradas, se obtuvieron los siguientes resultados, el 45,0% están en el rango de 30 a 40 años, el 62,8% prefieren comprar blusas, el 100,0 % manifestaron que están satisfechos con la calidad de la ropa vendida y 92.5% califican a la prestación de servicios como excelente; dentro de las principales conclusiones, la boutique Liz Styles no cuenta con una estructura organizada que facilite la distribución de funciones al momento de indicar las tareas a cada uno de los colaboradores; además, no tienen diseñado su sistema de gestión de calidad que le permita lograr la mejora continua de sus productos vendidos y los servicios ofrecidos.

Heredia (2017) en su tesis “*Propuesta de acciones de mejoras para la atención al cliente en la boutique Azuza*”, presentado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, para obtener el título de tecnología en administración de empresas, el objetivo general fue proponer mejoras para la atención al cliente, garantizando su satisfacción en la “Boutique Azuza” en el periodo 2017. La metodología de la investigación fue descriptivo, exploratorio, explicativo y correlacional, para obtener dicha información se realizó un diagrama

de causa y efecto, los resultados que se obtuvieron fueron; la falta de experiencia del gerente, mala gestión administrativa, falta de planeación y mala atención al cliente. Se llegó a las siguientes conclusiones; el personal de la empresa debe estar capacitado con respecto al servicio al cliente, también, toda la organización debe orientarse únicamente en satisfacer al cliente de forma constante.

Mancilla y Farías (2018) en su tesis “*Propuesta de mejora en la gestión administrativa aplicados a catálogos de vestimenta*”, presentado a la Universidad de Guayaquil, para obtener la maestría de ingeniería comercial, el objetivo general fue determinar las causas del deterioro en la gestión administrativa y comercial de Triyit en el periodo 2012 – 2016. La metodología se desarrolló con enfoque mixto, descriptivo y exploratorio, para obtener la información se aplicó un cuestionario estructurado de 07 preguntas cerradas a 76 líderes de las micro y pequeñas empresas, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 85,0% de los encuestados son de género femenino, el 45,0% se sienten satisfechos con el producto que ellos venden y 42,0% se encuentran motivados por la ganancia que genera el negocio, se llegó a la conclusión de que las fallas en el despacho de pedidos y el incorrecto diseño de las ropas causó un nivel alto de inventarios con baja rotación y restricción de liquidez de la empresa.

Palma (2019) en su tesis “*Propuesta de mejora al servicio de atención al cliente de la empresa Milenita del Cantón Guayaquil*”, presentado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, para obtener el título de tecnóloga en administración de empresas, el objetivo general fue proponer un plan de capacitación en el modelo de atención al cliente dirigido a los colaboradores de la empresa Milenita para incrementar las ventas de productos. La metodología de la investigación fue cuantitativo, exploratorio, explicativa, descriptivo y correlacional, para obtener la información se aplicó un cuestionario estructurado de 10 preguntas

cerradas a 12 representantes de las micro y pequeñas empresas, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 50,0% son de género femenino, el 60,0% no tienen conocimiento de la ubicación de las prendas de vestir, el 50,0% si realizan un acompañamiento a sus clientes para efectuar la venta del producto y 80,0% consideran que el personal de atención debe asesorar de manera correcta a los clientes en su imagen personal; dentro de las principales conclusiones, la empresa Milenita Fashion tiene que mejorar y reestructurar su modelo de atención a los clientes a través de capacitaciones; además, debe mejorar la relación con los clientes para el progreso de los indicadores de ventas.

Castro (2020) en su tesis *“Propuesta de mejoras a la atención al cliente en la empresa Love By Sys S.A. de la ciudad de Guayaquil ubicada en la provincia del Guayas durante el periodo 2020”*, presentado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, para obtener el título de tecnóloga en administración de empresas, el objetivo general fue diseñar una propuesta de mejora en la atención al cliente para el incremento del volumen de ventas en la empresa Love By Sys S.A., ubicada en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, en el periodo 2020. La investigación se desarrolló de tipo cuantitativo, descriptivo, explicativo y correlacional, para obtener la información se utilizó la encuesta y un cuestionario estructurado de 15 preguntas cerradas, los resultados que se obtuvieron fueron; el 85,0% de las personas encuestadas consideran que la imagen del establecimiento es la adecuada, el 79,0% consideran que el personal de la empresa presenta una buena apariencia, el 64,0% consideran que mantienen buenos canales de información para promocionar los productos y 76,0% manifiestan que la tienda realiza una adecuada publicidad, se llegó a la conclusión de que se instauraron una serie de mejoras en forma de plan para garantizar una mejor gestión en cuanto a los procesos y procedimientos.

Nivel nacional

Salas (2017) en su tesis “*Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017*”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue determinar si las micro y pequeñas empresas del sector comercial, boutique para damas de la provincia de Satipo año 2017, se gestionan con un enfoque de atención al cliente. La investigación se desarrolló de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, correlacional y diseño no experimental, para obtener dicha información se realizó una encuesta de 23 preguntas cerradas a 29 microempresarios, los resultados que se obtuvieron fueron; el 50,0% están en el rango de 29 a 39 años de edad, el 81,8% son de género femenino, el 45.5% son negocios nuevos de 1 a 2 años, el 63,6% desconocen la gestión empresarial, el 63,6% recogen las sugerencias y reclamos de los clientes y el 59,1% consideran que los clientes valoran el servicio. Se llegó a las siguientes conclusiones, el 81,8% de las MYPES si están formalizados de acuerdo a Ley; además, las MYPES desconocen los alcances de la gestión de calidad, lo cual les ocasiona comportamientos negativos al momento de brindar servicio al cliente.

Mendoza (2018) en su tesis “*Gestión bajo el enfoque en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, boutique para damas, distrito de Callería, año 2018*”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, boutique para damas, distrito de Callería, año 2018. La investigación fue de tipo mixta, nivel descriptivo, diseño no experimental y transversal, para obtener la información se utilizó la encuesta y un

cuestionario estructurado de 22 preguntas, se obtuvieron los siguientes resultados; el 47,6% tienen entre 30 a 39 años de edad, el 47,6% vienen funcionando entre 3 a 6 años, el 81,0% no tienen un manual de organización y funciones en sus empresas, el 57,1% llevan una administración sin gestión de calidad, el 71,4% gestionan con uso de las herramientas administrativas, el 71,4% no han realizado estudio de mercado, el 66,7% tienen definido el segmento de mercado, el 81,0% cuentan con una infraestructura adecuada, el 61,9% capacitan al personal y 81,0% atienden las sugerencias y reclamos del cliente; se llegó a la conclusión de que las micro y pequeñas empresas no administran con gestión de calidad, ya que se caracterizan por ser empíricas.

Ruíz (2018) en su tesis “*Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial, venta de ropa y accesorios, distrito de Callería, año 2018*”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial, venta de ropa y accesorios, distrito de Callería, año 2018. La investigación fue mixta: cuantitativa y cualitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, se utilizó la técnica de la encuesta y un cuestionario estructura de 22 preguntas, se obtuvieron los siguientes resultados, el 46,2% tienen entre 40 a 49 años de edad, el 65,4% son de género femenino, el 84,6% no gestionan con el uso de herramientas administrativas, el 53,9% mantienen estandarizados los procesos claves de su empresa, el 73,0% tienen establecido un protocolo de atención al cliente, el 65,4% no registran las sugerencias y 80,7% no tienen un plan de acción para mejorar la calidad de atención. Se llegó a las siguientes conclusiones; la gestión que realizan con respecto a la atención al cliente no es eficaz; además,

los microempresarios mayormente toman decisiones según sus percepciones, la cual requiere capacitación gerencial para gestionar de manera más estratégica.

Bacca (2018) en su tesis “*Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial rubro venta de calzado deportivo, distrito de Iquitos, año 2017*”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue determinar el nivel de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial, rubro venta de calzado deportivo, distrito de Iquitos, año 2017. La investigación se desarrolló de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal, para obtener la información se aplicó un cuestionario estructurado de 18 preguntas a 14 representantes de las micro y pequeñas empresas, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 40,0% tienen entre 29 a 39 años de edad, el 73,3% son de género femenino, el 73,3% cuentan de 1 a 4 trabajadores, el 46,7% no registran en planilla a sus trabajadores, el 73,3% no aplican prácticas de gestión de calidad, el 60,0% no tienen definido un plan de negocios, el 66,7% cuentan con protocolos de atención al cliente y el 66,7% consideran que no es necesario atender los reclamos y sugerencias, se llegó a la conclusión de que los microempresarios no han identificado las estrategias de servicio para diferenciarse con los de su competencia.

Salazar (2019) en su tesis “*Gestión bajo el enfoque en atención al cliente, en las MYPES del sector comercial, boutique para damas, distrito de Yarinacocha, año 2017*”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas, el objetivo general fue investigar si las MYPES del sector comercial, boutique para damas del distrito de Yarinacocha, se gestionan con un enfoque atención al cliente. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental-transversal,

mediante la técnica de encuesta, se realizó la entrevista a 9 microempresarios utilizando como instrumento un cuestionario de 22 preguntas cerradas, se obtuvieron los siguientes resultados, el 66,7% tienen entre 29 a 39 años de edad, el 55,5% son de género femenino, el 77,7% no cuentan con un plan de gestión que les guíe en su negocio y 77,8% promueven en el personal una actitud positiva de servicio al cliente; dentro de las principales conclusiones, las MYPES son dirigidas por microempresarios de manera práctica sin el uso de las herramientas técnicas que les facilite alcanzar el desempeño planificado; además, los microempresarios no conocen de gestión de calidad y/o procedimientos administrativos.

Honores (2019) en su tesis *“Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES del sector comercio-rubro venta de ropas para caballeros, del distrito de Huaral 2018”*, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue 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 se desarrolló de tipo cuantitativo, nivel descriptiva y diseño no experimental – transversal, para obtener la información se tomó una muestra poblacional de 05 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas, se utilizó la técnica de encuesta; obteniéndose los siguientes resultados, el 100,0% de las MYPES tienen más de diez años en el mercado, el 80,0% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 100,0% cuenta con documentos de gestión y 100,0% de sus clientes demuestran tener confianza a la empresa; dentro de las principales conclusiones, existen buenas estrategias para la atención al cliente; además, la mayoría tienen conocimiento sobre gestión de calidad, pero aún falta implementarlas en su totalidad para garantizar servicio de calidad.

Bereche (2019) en su tesis “*Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPE, rubro boutique del Centro Jr. Callao - Piura, año 2017*”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue determinar las principales características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPES, rubro boutique del Centro Jr. Callao - Piura, año 2017. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, para obtener la información se realizó una encuesta a 9 representantes de las micro y pequeñas empresas con 58 preguntas cerradas por medio del cuestionario, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 100,0% de los representantes si consideran la mejora continua como estrategia competitiva, el 100,0% si consideran que la MYPE brinda atención al cliente de calidad y 100,0% si consideran que ofrecen calidad en sus productos; se llegó a las siguientes conclusiones; los propietarios si realizan evolución de calidad; además, los microempresarios con respecto a la industrialización no han dejado el trabajo manual.

Nivel regional y local

Requejo (2018) en su tesis “*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*”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el grado académico bachiller en administración, el objetivo general fue 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. La investigación se desarrolló de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal, para obtener la información se escogió una muestra poblacional de 14 micro y pequeñas empresas a los que se

aplicó un cuestionario de 25 preguntas utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados, el 35,7% tienen entre 20 a 30 años, el 57,1% tienen grado de instrucción superior técnico, el 78,5% tienen más de 6 años de permanencia en el mercado, el 64,2% planifican sus actividades de gestión y 100,0% afirman que sus productos y servicios satisfacen las necesidades de los clientes. Se llegó a la conclusión de que los representantes planifican sus actividades y elaboran los documentos de gestión.

Díaz (2019), en su tesis "*Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, casco urbano, distrito de Chimbote, 2018*", presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue determinar las principales características la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, casco urbano, distrito de Chimbote, 2018. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal, para obtener la información se realizó una encuesta a 44 representantes de las micro y pequeñas empresas a base de 22 preguntas cerradas; obteniéndose los siguientes resultados, el 50,0% tienen entre 18 a 30 años de edad, el 84,0% son de género femenino, el 86,3% cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores, el 38,6% tienen cierto conocimiento sobre el término gestión de calidad, el 34,0% utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión y 100,0% respondieron que si brindan una buena atención al cliente. Se llegó a la conclusión de que la mayoría de las MYPES aplican la gestión de calidad en atención al cliente, considerando que la rapidez en el servicio es fundamental para lograr la fidelización.

Zapata (2018) en su tesis "*Gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio-rubro venta de ropa para damas en el centro*

comercial “Los Ferroles” en el distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el grado académico de bachiller en administración, el objetivo general fue determinar las características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa para damas en el centro comercial “Los Ferroles” en el distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. La siguiente investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal, para obtener la información se realizó una muestra de 90 MYPES donde se utilizó un cuestionario de 25 preguntas a 30 representantes, se obtuvieron los siguientes resultados, el 100,0% son de género femenino, el 100,0% no han recepcionado quejas por reclamos de mala atención, el 100,0% comprenden a los clientes exigentes, el 100,0% si usan canales de comunicación y el 100,0% consideran que su servicio satisfacen las necesidades de los clientes. Se llegó a la conclusión que de la totalidad de las micro y pequeñas empresas brindan servicio de calidad respecto a su competencia.

Rodríguez (2019) en su tesis *“Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bazar tiendas de regalos del casco urbano distrito de Chimbote, 2017”*, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro bazar tiendas de regalos del casco urbano distrito de Chimbote, 2017. La presente investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal, para obtener la información se utilizó una población muestral de 12 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 91,7% están dirigido por personal

femenino, el 83,3% se crearon para generar ganancias, el 75,0% no conocen el término gestión de calidad, el 100,0% sostienen que la atención al cliente es fundamental para las MYPES. Se llegó a la conclusión de que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas no tienen conocimiento sobre gestión de calidad y la forma correcta de atender a los clientes.

Pejerrey (2019) en su tesis *“Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado, en el centro comercial Santa María de Chimbote, 2017”*, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para obtener el título profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado, en el centro comercial Santa María de Chimbote, 2017. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal, para obtener la información se escogió una muestra dirigida a 14 MYPES de una población de 20 representantes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 78,6% tienen entre 31 a 50 años de edad, el 78,6% son de género femenino, el 78,6% no aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a los clientes y 100,0% si cumplen adecuadamente con la atención al cliente para que regrese de nuevo al negocio, dentro de las principales conclusiones, las micro y pequeñas empresas están administradas por sus propios dueños, con edad adulta y educación básica; además, los dueños consideran que capacitar al personal es un gasto innecesario.

López (2019) en su tesis *“Gestión de calidad bajo el enfoque de calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de prendas de vestir en la ciudad de Huaraz, 2017”*, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título

profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de prendas de vestir en la ciudad de Huaraz, 2017. La presente investigación se desarrolló con enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y diseño transaccional, para el recojo de la información se identificó una población de 624 vendedores, con una muestra de 238 vendedores, a quienes se les aplicó una encuesta de 14 preguntas cerradas por medio del cuestionario, de la cual se obtuvieron los siguientes resultados; el 60,5% tienen entre 18 a 30 años de edad, el 63,4% son de género femenino, el 65,1% brindan el servicio con prontitud, el 48,7% hacen uso de las herramientas ofimáticas de manera adecuada, el 48,3% tienen apariencia pulcra, el 65,9% cuentan con buena disposición para ayudar a los clientes y 49,1% tratan a los clientes de una manera cordial y empática; se llegó a la conclusión de que existe un porcentaje deficiente en brindar atención de calidad, comunicación, poder de convencimiento y capacidad de respuesta.

Kanematsu (2019) en su tesis “*Gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018*”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue determinar las características de la gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018. La presente investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal, para obtener la información se realizó una encuesta a 10 micro y pequeñas empresas con 14 preguntas cerradas por medio del cuestionario, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 70,0% tienen entre 31 a 50 años de edad, el 60,0% son de

género femenino, el 50,0% tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, el 100,0% cuentan de 1 a 5 trabajadores, el 90,0% conocen el término gestión de calidad y 100,0% consideran que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado. Se llegó a la conclusión de que los representantes son propios dueños de su negocio, desempeñan de 0 a 3 años en el cargo, cuentan con estudios de superior universitaria y son dirigidas por mujeres.

Salazar (2019) en su tesis “*Gestión de calidad bajo el enfoque del ciclo de Deming en las micro y pequeñas empresas del rubro venta al por menor de productos de calzados de la ciudad de Huaraz, 2017*”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de licenciado en administración, el objetivo general fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del ciclo de Deming en las micro y pequeñas empresas del rubro venta al por menor de productos de calzados de la ciudad de Huaraz, 2017. La siguiente investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal, para obtener la información se realizó una encuesta a 30 micro y pequeñas empresas con 16 preguntas, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 56,6% son de género femenino, el 70,0% casi siempre planifican sus actividades, el 36,6% casi siempre proyectan soluciones a las eventualidades que surjan en la organización, el 33,3% a veces hacen la comparación de los resultados obtenidos con los resultados del anterior periodo y 43,3% nunca comparten los resultados obtenidos con sus colaboradores. Se llegó a la conclusión de que los representantes desconocen sobre el ciclo de Deming para que puedan programar de manera eficiente sus actividades.

Correa (2019) en su tesis “*Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el mercado Los Ferroles, del distrito de Chimbote, año 2018*”, presentado en la

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas, el objetivo general fue determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el mercado Los Ferroles, del distrito de Chimbote, año 2018. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental-transversal, para obtener la información se realizó una encuesta a 46 representantes de las micro y pequeñas empresas con 23 preguntas cerradas; donde se obtuvieron los siguientes resultados, el 73.9% tienen entre 31 a 50 años de edad, el 84,7% son de género femenino, el 50,0% tienen conocimiento sobre la gestión de calidad y 100,0% considera que la atención es fundamental para la empresa, dentro de las principales conclusiones, la mayoría de los encuestados están dirigidas por personas adultas, de sexo femenino y sólo cuentan con el mínimo de trabajadores; además, la mitad de los microempresarios tienen cierto conocimiento sobre la gestión de calidad.

Asunción (2018) en su tesis “*La gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro boutiques en el distrito de Trujillo, 2017*”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas, el objetivo general fue determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en el sector comercial, rubro boutique en el distrito de Trujillo 2017. La metodología de la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, para obtener la información se tomó una muestra poblacional de 47 representantes, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario la cual contó con 15 preguntas cerradas, dónde se obtuvieron los siguientes resultados, el 60,0% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, el 91,0%

son de género femenino, el 57,0% de las MYPES tienen de 3 a 6 años en el rubro y 74,0% realizan capacitaciones para obtener una buena atención al cliente, dentro de las principales conclusiones, la mayoría de los representantes encuestados tienen de 18 a 30 años, son del género femenino y más de la mitad ocupan el puesto de encargado; además, la mayoría de las micro y pequeñas empresas tiene de 3 a 6 años funcionando en el mercado, cuentan de 1 a 4 colaboradores y poseen una estabilidad laboral permanente.

Cerna (2019) en su tesis “*Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para niños, centro comercial mercado modelo, distrito de Chimbote, 2017*”, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar el título profesional de licenciada en administración, el objetivo general fue determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de ropa para niños, centro comercial Mercado Modelo, distrito de Chimbote, 2017. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal, para obtener la información se tomó una muestra poblacional de 16 micro y pequeñas empresas, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario la cual contó con 23 preguntas cerradas, donde se obtuvieron los siguientes resultados, el 50,0% de los representantes tienen de 50 años a más, el 43,8% tienen grado de instrucción superior no universitario y 43,8% no conocen sobre el término de gestión de calidad. Se llegó a la conclusión de que los empresarios no implementan la gestión de calidad dentro de sus empresas, la cual les ocasiona que no haya crecimiento y desarrollo de sus negocios.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Gestión de calidad

Definición de gestión de calidad

Jabaloyes et al. (2020) manifiestan que la gestión de calidad está compuesto por diferentes procedimientos sustentados con documentos que dispone la organización, para evidenciar que cuenta con una operación de sistema de calidad, con la capacidad de producir bienes y servicios, de esta forma brindar garantía y seguridad a los clientes; asimismo, la dirección de la empresa debe buscar constantemente la mejora de eficiencia y eficacia de los procesos, productos y servicios, en beneficio y para la satisfacción de las partes interesadas; por ello, se debe establecer un proceso para identificar y gestionar las diferentes oportunidades de mejora, la cual sirve para optimizar la efectividad y eficiencia, reforzando mecanismos internos para responder a las demandas de nuevos y futuros clientes.

Cuatrecasas y Gonzáles (2017) definen a la calidad como un conjunto de características que posee un determinado producto o servicio que son obtenidos en un sistema productivo que están relacionados directamente con las necesidades de los clientes, asimismo, la gestión de calidad es donde todas las empresas se enfocan en la mejora continua de la calidad para satisfacer las diferentes necesidades, por otro lado, el ciclo Deming actúa como guía para llevar a cabo la mejora continua y así lograr de una forma sistemática la resolución de problemas, la cual está constituida por cuatro etapas.

Dimensiones

Planificar.

La planificación es el punto donde se determinan los objetivos que se quieren alcanzar, y la elección de métodos apropiados para lograrlo, tomando en cuenta hasta donde se quiere llegar con lo planificado, ello comprende el tiempo que se necesita para desarrollar lo planeado.

Realizar.

Esta fase consiste en las acciones que se deberán de cumplir en el plan de trabajo establecido, asimismo, indica que se debe llevar un control para que el plan se realice de acuerdo a lo acordado y en el tiempo previsto.

Comprobar.

Esta etapa se verifica y controla los efectos y resultados que surjan al momento de aplicar las mejoras proyectadas, además, comprueba si los objetivos marcados se han logrado o si no es así se realiza una nueva planificación.

Actuar

Etapas final donde se concluye el proceso del ciclo de calidad, si al final de los resultados alcanzados se determina que está de acuerdo con lo que se ha planificado se procede a sistematizar, en casos de que resulte no factible se procede a corregir y establecer un nuevo plan de trabajo.

Principios de la gestión de calidad

Novillo et al. (2017) manifiestan que la norma ISO 9001 es una pieza fundamental para dirigir una empresa de manera exitosa, la cual cuenta con ocho principios, los mismos que son referentes para lograr mejorar el desempeño de la organización, teniendo como objetivo ayudar a las empresas a lograr el éxito en la implementación del sistema de gestión de calidad.

1. *Enfoque al cliente:* Todas las empresas dependen de los clientes por ello deben de comprender sus necesidades tanto actuales y/o futuras y esforzarse por cumplir sus expectativas.

2. *Liderazgo*: Los líderes establecen propósitos y orientación a la empresa, con el fin de crear y mantener un ambiente interno en la que todo el personal pueda involucrarse en el logro de los objetivos previstos por la organización.
3. *Participación del personal*: Posibilita que todas las habilidades con las que cuenta dicho personal sean utilizadas en beneficio de la organización.
4. *Enfoque basado en proceso*: Los resultados deseados se alcanzan con más eficiencia cuando las actividades se gestionan como un proceso.
5. *Enfoque de sistema para gestión*: Contribuye a la eficiencia y eficacia de una determinada empresa en el logro de los objetivos planificados.
6. *Mejora continua*: La mejora del desempeño tiene que ser un objetivo permanente.
7. *Enfoque basado en hechos*: Las decisiones tomadas de manera eficaz se basan en el análisis de datos e información del mismo.
8. *Relación beneficiosa con el proveedor*: Cuando existe una relación recíprocamente lucrativa aumenta las capacidades de ambos para poder crear valor.

Sistema de gestión de calidad

Novillo et al. (2017) refieren que el sistema de gestión de calidad es un método que emplea la empresa para asegurar la satisfacción de las necesidades de los clientes, por ello, para cumplir con esta satisfacción la empresa requiere planificar adecuadamente y tener en su política el mejoramiento continuo, asimismo, cuando se logre la satisfacción de los clientes la empresa logra la eficiencia y eficacia de sus productos y servicios, de esta forma consigue convertirse en una ventaja competitiva; también contar con un sistema de gestión de calidad es importante para las organizaciones dado que les permite contar con los medios necesarios para que las actividades se ejecuten pensando en las necesidades de los clientes.

González y Manzanares (2020) señalan que la norma ISO 9001 obliga a las empresas a certificar que tienen las capacidades de cumplir con los requisitos para los productos y servicios que se van brindar a los diferentes clientes, ante ello, para cumplir con esta obligación es importante hacer una revisión minuciosa de los requisitos del producto y servicio que se proporcionarán a los clientes, asimismo, toda revisión de estos requisitos debe estar debidamente documentado en los contratos, pedidos y presupuestos para que se eviten problemas futuros en la aceptación de los pedidos, por ello el ISO 9001 recomienda que todo quede documentado en un registro interno de la empresa

Beneficios del sistema de gestión de calidad

Cortés (2017) señala que la implantación de un sistema de gestión basado en la norma ISO 9001, les ofrece a las empresas los siguientes beneficios:

- Capacidad de proveer productos y servicios que satisfagan requisitos del cliente.
- Proporcionar oportunidades agrupados con su contexto y objetivo.
- Capacidad de señalar la conformidad con los requisitos de calidad.

Objetivos e implementación del sistema de gestión de calidad

Lizarzaburu et al. (2018) manifiestan que para diseñar el sistema de gestión de calidad, las organizaciones definen objetivos para la mejora de sus procesos internos con el fin de poder controlar los aspectos más esenciales de sus actividades de producción, tanto de bienes y prestación de servicios; es decir, que este sistema cumple diferentes objetivos, tales como, alcanzar la satisfacción del cliente, atraer nuevos clientes, mejorar los procesos de la empresa, aumentar su eficiencia, ofrecer productos y/o servicios de calidad y fomentar la participación de los colaboradores; asimismo, es fundamental que toda empresa identifique sus riesgos y oportunidades para que conozca qué factores pueden afectar su desempeño y lo que le resulte

óptimo, con la finalidad de determinar qué acciones se deberán de seguir, ya que toda organización que posee el estándar del ISO 9001 son empresas de calidad y comprometidos, por consiguiente están únicamente enfocados en el desarrollo sostenible y logro del rendimiento óptimo, además, las empresas que poseen un sistema de gestión de calidad tienen las siguientes características, enfocar los riesgos para gestionar con calidad, mayor atención a los clientes y compromiso con sus colaboradores; por último, la implementación del ISO 9001 dentro de las empresas va traer consigo muchas ventajas como obligar a elaborar el diagnóstico general, mayor repercusión, ordenamiento, organización de procedimientos y estandarización de las formas de respuesta dentro de las organizaciones.

Manual de calidad

Almendáriz (2019) refiere que el manual de calidad es donde se determina la misión, organigrama de la empresa, políticas de actuación, objetivos marcados, sistema de procedimiento de actuación y estructura del sistema de gestión de calidad, por tanto, el manual de calidad tiene que ser específico para una determinada actividad y adaptado hacia la organización, y para que tenga efecto debe ser conocido por el personal de la organización para que realice su debida aplicación, este manual debe ser muy detallado ya que pertenece al manual de procedimientos, la cual detalla de cómo se debe hacer cada una de las actividades y/o tareas, por otro lado, la norma ISO 9001 exige que dentro del manual de calidad se debe determinar claramente las actividades para poder ser aceptado por un organismo certificador.

Mejora continua

Según Alcalde (2019) la mejora continua es un sistema organizado que se realiza con el propósito de conseguir cambios continuos en todas las actividades de la organización y con esto aumentar la calidad total de los productos, además, se le conoce como un proceso de cambio y

desarrollo, en la que se tiene que identificar los aspectos que se deberán mejorar para realizar su respectiva implementación y verificación de los resultados, asimismo, el éxito de una empresa está en la mejora continua de sus procesos productivos, ante esto, no deben conformarse con hacer las cosas bien sino buscar siempre el perfeccionamiento, por otro lado, los productos bien acabados y servicios bien prestados por las organizaciones son una buena estrategia para que puedan seguir funcionando dado que persistentemente hay nuevos competidores en el mercado, por ello, la manera de ser más competitivos es identificar y satisfacer las necesidades de los clientes, ante esto, cuando hay procesos que no apoyan al crecimiento de la empresa es necesario suprimirlo porque no aportan valor añadido al producto o servicio.

Calidad total

Jabaloyes et al. (2020) señalan que para lograr la calidad total se debe mejorar de manera continua la totalidad del producto o servicio, obteniendo con ello productos y servicios de calidad, por tanto, cuando se satisfaga la necesidad de un cliente de forma total se estará proporcionando productos de calidad, la cual se apoya de tres pilares fundamentales, tales como, los principios de la calidad total, conjunto de estrategias o políticas de acción y conjunto de instrumentos o herramientas de trabajo.

Principio de calidad total

Los principios básicos de la filosofía de la calidad total son:

- Dar prioridad a la mejora continua de la calidad para lograr el aumento de la productividad y competitividad.
- Objetivo fundamental es el cliente, es decir, lograr la competitividad de la empresa y a través de ello satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.
- Debe conseguirse la calidad en todos los procesos y actividades de la empresa.

- Hacer énfasis en la prevención, es decir, intentar hacer todas las cosas bien en la primera vez para evitar costos de no calidad.
- Tener en cuenta que la calidad es responsabilidad de todos y que el potencial humano es la clave del éxito de la calidad total, la cual requiere la participación de cada uno de los colaboradores ya que pueden aportar su creatividad, experiencia y compromiso.
- Debe obtenerse el apoyo de la dirección para obtener la calidad.

Estrategias y políticas de la calidad total

Las políticas que plantea la calidad total son esenciales para cumplir con los puntos fundamentales de la filosofía de la calidad, los cuales se realizan de acuerdo a los fines que persiguen, ante ello, la empresa debe potenciar el potencial humano, desarrollar un buen sistema de comunicaciones, implantar el control estadístico de los procesos, establecer sistemas de calidad y recurrir a las certificaciones de los productos y servicios.

Herramientas de trabajo

a) Herramientas japonesas

Dentro de estas herramientas se encuentran las hojas de recogida de datos, histogramas, diagramas de pareto, diagramas de causa y efecto, gráficos de control.

b) Las nuevas herramientas de gestión incluyen:

- Diagrama de afinidades permite la agrupación y simplificación de ideas.
- Diagrama de relaciones ayuda establecer las relaciones existentes entre diversos temas e identificar las más relevantes.
- Diagrama de árbol permite la identificación y el análisis de la relación lógica, secuencial y causal.

- Diagrama de decisión de acción permite analizar los acontecimientos que perjudican el plan de negocio.
- Diagrama de fechas permite la programación de las actividades necesarias en cumplimiento a los objetivos planteados.
- Diagrama matricial permite analizar los problemas multidimensionales para obtener una visión global de la empresa.

Etapas de certificación

González y Manzanares (2020) manifiestan que los organismos certificadores deben de seguir las siguientes etapas:

- Establecimiento del interlocutor por parte del organismo que desea conseguir la certificación.
- Nombramiento del auditor por parte del organismo de certificación.
- Planificación de las fechas de la auditoría de certificación.
- El auditor jefe emite el plan de auditoría y lo envía por correo electrónico al interlocutor.
- La auditoría de certificación se compone de dos fases, primera, evaluar la documentación de la organización, segunda, auditar todos los requisitos de acuerdo a las normas y en caso haya incumplimiento indicar la no conformidad.
- Recepcionar el informe de la auditoría, pero si el auditor ha detectado problemas, la empresa deberá enviar un plan de acciones correctivas.
- Si el PAC es correcto, el organismo certificador procederá a la emisión y envío del certificado a la empresa.

2.2.2. Atención al cliente

Definición de atención al cliente

Arenal (2019) define a la atención al cliente como un servicio brindado por una determinada organización con la finalidad de poder relacionarse con todos los clientes y de esta manera anticiparse a la satisfacción de sus necesidades, además, es una herramienta esencial para interactuar y cuyo fin es lograr que el nivel de satisfacción sea lo más alto posible; ya que una buena atención al cliente es primordial para la imagen de la empresa, porque si se ofrece un servicio de calidad, los clientes desearán volver a repetir la experiencia de compra.

Ramírez (2017) define a la atención al cliente como un conjunto de estrategias que una empresa diseña para satisfacer las diferentes necesidades y expectativas de los clientes ya sean internos o externos para poder lograr un mejor desenvolvimiento en servicio de calidad y ser mejores que los de la competencia; la cual se compone de integridad, calidad, mejoramiento continuo, entusiasmo, carisma que se demuestra hacia los clientes, asimismo, consiste en la gestión que hace un empresario para mantener contacto con los clientes y dentro de las dimensiones se tienen cinco, las mismas que se detallan a continuación.

Dimensiones

Tangibilidad

Es aquello que mide la apariencia de las instalaciones tanto físicas, de equipos, materiales de comunicación y presentación de todos los trabajadores de una determinada empresa.

Fiabilidad

Es aquello que mide la capacidad de la empresa para cumplir con el servicio prometido, sin cometer ningún error, demostrando un sincero interés en solucionar los problemas del cliente.

Capacidad de respuesta

Es la disposición de ayudar a los clientes, es decir, siempre estar disponibles para apoyar a los clientes en las dudas que puedan tener en la adquisición de un producto, dicha duda debe ser respondida con rapidez y agilidad por parte de los empleados.

Seguridad

No existen peligros, riesgos que pongan en peligro la integridad física de los clientes, por ello, los clientes se sienten seguros en sus transacciones con el servicio.

Empatía

La satisfacción de los clientes se da cuando se brinda atención individualizada, personalizada, con flexibilidad en los horarios de trabajo.

Objetivos de la atención al cliente

Carvajal et al. (2019) señalan que la aplicación de una correcta comunicación en el departamento de atención al cliente de una empresa, está dirigida a alcanzar los objetivos definidos y son:

Satisfacción del cliente: Se mide a partir de la percepción que el cliente tiene, en casos sean positivos, se procede a fidelizarlo, la cual repercute en los resultados de ventas de la organización.

Obtención de información del mercado: Escuchando al cliente se puede conocer los deseos y necesidades, accediendo adaptar los productos y servicios a la demanda de los clientes.

Disminución de los costes: Para evitar una imagen negativa o un elevado coste económico es necesario que el departamento del servicio de atención al cliente gestione las quejas y reclamos de los clientes.

Situación de la competencia: De acuerdo a la información que transmiten los compradores permiten conocer que están ofreciendo en otras empresas, dado que los mismos clientes dan a conocer las características y precios que le han ofrecido.

Promoción y refuerzo de la imagen de la organización: La imagen de la empresa es el sello que permite distinguirse de las demás empresas.

Características de la atención al cliente

Según Arenal (2019) la atención al cliente consiste en la gestión que realizan cada uno de los colaboradores de una organización con los clientes para poder ofrecer asesoramiento y solución, la cual es una oportunidad para que la empresa genere satisfacción y cuenta con las siguientes características, tales como:

- La diferenciación.
- Conocimiento de las diferentes necesidades y expectativas de los clientes.
- Flexibilidad.
- Orientación tanto al trabajo y clientes.
- Fidelización.
- Canales digitales.

Beneficios de la buena atención al cliente

Según Huerta (2017) los beneficios que genera brindar una atención de calidad son las siguientes:

- Mayor lealtad por parte del consumidor.
- Incrementa la rentabilidad.
- Mayor nivel de ventas individuales.
- Diferenciarse con respecto a la competencia.

- Menor gasto en publicidad y promoción.
- Disminución de quejas y reclamos.
- Confianza y aceptación de los clientes.
- Mejor imagen de la empresa.
- Un excelente clima laboral entre los trabajadores.
- Más participación en el mercado.

Tipos de clientes

Izquierdo (2019) menciona que en la actualidad lograr y mantener satisfecho a los clientes es un requisito esencial para la empresa, por ello, es importante que las personas que trabajan, conozcan cuáles son los beneficios a lograr con la satisfacción del cliente, cómo se forma la expectativa en los clientes, para que de esta forma se conozca sus necesidades, ya que se debe tener en cuenta que la principal fuente de ingreso de todas las empresas son los clientes actuales, por esa razón las empresas deben de concentrar sus esfuerzos en lograr que todos los clientes estén satisfechos con el producto o servicio que adquirieron de su empresa, asimismo, una organización necesita conocer los diferentes tipos de clientes para adecuarlos a su oferta de necesidades, tales como:

1. *Cientes actuales*: Son aquellos que realizan operaciones de compra de manera muy habitual, siendo su principal fuente de ingreso para la empresa.
2. *Cientes potenciales*: Son aquellos que, no realizando compras de la empresa, se les considera posibles clientes en el futuro, porque tienen la disposición de comprar.

Quejas de los clientes

Gago (2017) refiere que las empresas deben detectar las quejas de los clientes antes de que lo expresen, por ello es fundamental que pregunten a menudo sobre la satisfacción del

servicio, asimismo, cuando la empresa recibe la queja de un cliente sobre el producto o servicio que está ofreciendo, no es algo negativo para la empresa, más bien es una oportunidad para mejorar, conocer las necesidades reales del cliente, conservar a los clientes y crear un vínculo más sólido, ante ello, si se pretende que estas quejas se conviertan en oportunidad y no terminar perdiendo al cliente se debe atender las quejas de manera adecuada, la cual va implicar que el personal que se dedica a la atención o solución de consultas este preparado para:

Escuchar: El cliente debe sentirse escuchado, por ello, se le debe dejar que hable sin interrupción para conocer los motivos de la insatisfacción.

Agradecer: Dar las gracias a los clientes que hacen llegar sus quejas y mostrar una actitud positiva con ellos para que sientan la disposición de ayuda.

Pedir disculpas: Cuando los clientes hacen llegar sus quejas se debe pedir disculpas por lo acontecido.

Dar solución inmediata: El cliente debe recibir una pronta respuesta frente a la queja que hizo llegar a la empresa.

Solicitar información al cliente: Se debe obtener de los clientes la máxima información para poder llegar al motivo real de la queja, además, con sólo pedir información al cliente se estará transmitiendo la idea de que estamos interesados en su inconveniente.

Contactar con el cliente: Se le debe informar al cliente si se va tardar tiempo en resolver su queja, con esto se estará demostrando que se está trabajando en ello.

Evitar que se vuelva a repetir: Se debe tomar a modo de conclusión, evitar siempre que se repita la queja por parte del mismo cliente.

Técnicas para la atención al cliente

Ladrón de Guevara (2020) refiere que relacionarse con los clientes es una tarea difícil dado que se requiere de competencias como la escucha activa, empatía, facilidad de palabras, buena actitud y entre otras, asimismo, ofrecer un servicio de calidad debe ser un objetivo para los empresarios, para ello, deben implementar estas técnicas dentro de sus empresas:

Técnica para el trato personalizado

Antes de iniciar una conversación con el cliente, debe ser abordado cálidamente, se debe evitar referirse al cliente con sustantivos impersonales, dado con el simple hecho de mencionar el nombre del cliente será un signo de interés para el cliente, por ello, si el cliente frecuenta consecutivamente es esencial memorizarse su nombre de manera rápida.

Técnica para brindar una atención amable

Una forma de hacer sentir bien a los clientes es hacer que ellos se sientan a gusto, escuchados con interés y que se les brinde una atención con entusiasmo, asimismo, cuando suceda una situación muy compleja o los clientes tengan una actitud negativa, el empresario podrá satisfacer solamente con su buena actitud.

Técnica para buena actitud / presencia

Mantener la postura corporal ayuda en las reuniones; cuidar la presentación y los gestos es primordial, asimismo, el buen estado de ánimo se puede expresar con los distintos movimientos corporales.

Técnica de escucha activa

Incluye cinco aspectos relevantes, como escuchar por completo lo que manifiesta el cliente, empatizarse con su situación, ofrecer disculpas cuando sea necesario, resolver un dilema y diagnosticar problemas.

Técnica para dar un beneficio

Dar beneficios no significa necesariamente brindar cupones, descuentos, promociones u ofrecer algo gratuito, sino que el servicio que brindes sea beneficioso, por ello, se debe dar un trato de calidad a los clientes, asimismo, hacer un seguimiento minucioso de los problemas del cliente serán gratificantes para el empresario.

Técnica FAB (Features, advantages y benefits)

Es aplicado en los procesos de ventas; se observa las características de la solicitud del cliente, luego se muestran las ventajas que van a tener al adquirir dicho producto y/o servicio, en seguida se remarca aquellos beneficios que obtendrán.

Técnica para empatizar

Empatizar a los clientes es sencillo, se tiene que seguir las siguientes técnicas, reconocer el sentir del cliente, ponerse en el lugar del otro, recordar experiencias similares, y reconocer el problema ajeno como si fuera tuyo, la cual va provocar calma en la otra persona.

Técnica de interrogación

Es donde se emplea diferentes tipos de interrogantes para obtener información relevante, para ello, primero se debe elaborar preguntas y organizarlos de acuerdo a la situación, se tiene cinco tipos de preguntas tales como, preguntas cerradas, abiertas, orientadas, de clarificación y de aprobación.

Funciones de la atención al cliente

Según López (2020) la atención al cliente es un conjunto de acciones que son encaminados a la correcta comunicación de la empresa con los grupos de interés, en especial con aquellas personas que prestan atención al producto, servicio y/o actividad, asimismo, la atención al cliente abarca diversas funciones de gran relevancia para la empresa, la cual debe ser

coordinado y planificado de acuerdo a los objetivos generales, se tiene como principales funciones:

- Resolver problemas que tengan los clientes con la organización, ya sea del uso o consumo de un determinado producto, servicio o aquellos que surjan por los problemas en la comunicación entre el cliente y empresa.
- Gestionar las reclamaciones interpuestas por el cliente relacionado con el producto o servicio de la empresa.
- Resolver dudas derivados del uso o consumo de los productos o servicios.
- Informar al cliente, en aquellos aspectos en que estos lo soliciten o en circunstancias en las que sea importante comunicar al cliente.
- Gestionar los procesos empresariales que involucran al cliente.
- Formar al cliente en el uso del portal de venta online de la empresa.
- Obtener datos de los clientes que sean de utilidad para la empresa.
- Recuperar clientes perdidos y fidelizar a los actuales.

Gestión de las relaciones con clientes (Customer Relationship Management)

Torres (2018) señala que la CRM es un conjunto de estrategias de negocio, comunicación y marketing que son diseñados para construir una relación estable con el cliente, identificando y satisfaciendo las diferentes necesidades, tiene como finalidad atraer y retener al cliente de manera más exitosa, ante ello, la empresa debe interactuar de forma más efectiva con los mismos, por otro lado, el área de marketing es el que tiene mayor beneficio en la aplicación del CRM, el resultado de esta herramienta se hace extensivo para las demás áreas, aporta en las mejoras de la siguiente manera, realiza la identificación precisa del cliente, gestiona las adendas

de los comerciales, integra los pedidos y contactos por medio del sitio web y descubre posibles oportunidades del negocio.

Los clientes en la actualidad

Rumín (2019) manifiesta que en la actualidad los clientes se han vuelto mucho más exigentes, dado se interesan más por conocer toda la información sobre lo que van a comprar, asimismo, cada vez más el cliente utiliza nuevas tecnologías en la compra con la finalidad de facilitar y hacer cómoda la acción de compra, además, los clientes buscan la rapidez, comodidad y productos que le faciliten la vida, por otro lado, la relación que existe entre empresa y cliente no finaliza cuando compra el producto ya que el objetivo de la empresa es mantenerlo y fidelizarlo con esto obtener mayor nivel de satisfacción de las necesidades de los clientes.

Fases de la venta o comercialización

Mateos de Pablo (2019) indica que el contacto que hay entre el comprador y vendedor se puede distribuir en cinco fases, desde que ingresa el cliente hasta que se retira del establecimiento y finaliza su compra.

Presentación

Es la primera impresión que brinda el empresario y/o colaborador al cliente.

Acogida

Se produce desde lo que se recibe y se acerca al cliente, para realizar una excelente acogida se debe tener en cuenta la expresión agradable, prioridad a la visita y saludo.

Atención

Se debe concentrar la atención en lo que requiere el cliente, escuchar con mucha atención sus necesidades, para ello, se debe seguir las siguientes pautas; mantener silencio, no

interrumpir, ofrecer retroalimentación de manera verbal y no verbal, evitar emitir opiniones personales, pedir aclaraciones e iniciar una conversación mediante preguntas abiertas.

Información

Es necesario conocer el comportamiento del consumidor, la cual consiste en buscar información mediante opiniones, consultas y sugerencias para brindar una respuesta rápida, se requiere, dominar la información, ordenar bien los datos y conseguir que el cliente asemeje lo que está oyendo.

Cierre y despedida

Se realiza el acuerdo final, en el proceso de la venta se seleccionará un tipo de cierre, se puede destacar, primero, la balanza, es donde el vendedor debe ir anotando las ventajas e inconvenientes del producto, segundo, la acción, se basa en la psicología del cliente, tercero, los detalles, se aplica cuando el cliente ya está convencido con un producto.

2.2.3. Micro y pequeñas empresas

Definición de las MYPES

Montoya (2017) menciona que las micro y pequeñas empresas son consideradas como una unidad económica que están constituidas por una persona natural o jurídica, que tiene por objetivo desarrollar diferentes actividades, asimismo, estas MYPES juegan un papel muy importante para el desarrollo social y económico del país, al ser fuente generadora de trabajo y un importante dinamizador del mercado, además, las MYPES deben de cumplir con ciertos requisitos para calificar como micro y pequeña empresa, primero, microempresa, sus ventas anuales no deben exceder de 150 unidades impositivas tributarias, segundo, pequeña empresa, las ventas anuales son superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

Palacios (2018) menciona que las micro y pequeñas empresas son unidades económicas que pueden desarrollar actividades de producción, prestación de servicios, comercialización de bienes, transformación y extracción; existe como mínimo 6 millones a nivel nacional, 93,9% de microempresas, el 5,9% medianas y grandes empresas, las micro y pequeñas empresas surgen por las necesidades insatisfechas de los sectores pobres, por los bajos recursos económicos, por desempleo y entre otros.

Registro nacional de la micro y pequeña empresa (REMYPE)

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2019) señala que para acogerse al Régimen Laboral Especial de la MYPE es necesario inscribirse al Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, para ello, se requiere cumplir con ciertos requisitos como, contar con un registro único del contribuyente y clave sol, tener al menos un trabajador en planilla; pero hay tener en cuenta que la MYPE que solicita su inscripción y recién inicia su actividad económica y no cuenta con trabajadores contratados puede registrarse temporalmente en el REMYPE, contando con un plazo de quince días calendarios, contados a partir del día siguiente del registro para que pueda contratar y registrar a sus colaboradores bajo el régimen laboral establecido en la Ley, una vez que haya vencido el plazo y no se ha presentado la información no podrá proceder al registro definitivo.

Beneficios de la formalidad de las MYPES

Uribe et al. (2020) refieren que muchas empresas peruanas en la actualidad se hallan en un porcentaje alto en la informalidad, ante ello, el estado en conjunto con otras empresas que están formalizados vienen incentivando a este sector para que pueda formalizarse y puedan gozar de los diversos beneficios tales como, evitar sanciones legales, perfeccionar su imagen y posicionamiento, desarrollarse y expandirse, acceder a los créditos formales y a otros servicios

financieros, encontrar nuevos mercados, obtener beneficios legales y extralegales, mejorar las condiciones de los colaboradores, incrementar la rentabilidad y sostenibilidad financiera, recibir acompañamiento empresarial en los primeros años, eliminar trámites innecesarios, simplificar los impuestos y garantizar el cumplimiento de las normas

Beneficios tributarios

Según Uribe et al. (2020) existen diferentes tipos de beneficios tributarios, tales como:

Los incentivos tributarios: Son las reducciones a la base imponible del tributo, la cual es otorgada con la finalidad de incentivar a determinados sectores e incluso aquellos subsidios que brinda el estado.

Exoneraciones: Son las técnicas de desgravación, se busca impedir el nacimiento de la obligación tributaria, asimismo, estas exoneraciones tienen un tiempo de vigencia y esta señalado en la norma.

Inmunidad: Limitaciones constitucionales impuestas a los titulares de la potestad tributaria del estado, a fin de que no puedan afectar a quiénes la constitución exceptúa del pago tributario.

Inafectación: Son aquellos supuestos que no están dentro del ámbito de afectación de un tributo.

Las MYPES en tiempo de pandemia

Chavarría (2020) manifiesta que la pandemia del coronavirus generó una grave crisis económica por la pérdida de la capacidad adquisitiva, productiva y puestos de trabajo en las micro y pequeñas empresas, ante esta situación se creó un fondo de apoyo empresarial para estas MYPES puedan reprogramar y refinanciar sus deudas, igualmente, las medidas a cargo de la SUNAT fue adoptar las siguientes medidas extraordinarias, otorgar un periodo de gracia para la

cancelación de los impuestos a favor de las MYPES por un plazo de seis meses, suspender acciones de fiscalización y cobranza coactiva en contra de las MYPES por el plazo de seis meses, además, existe diferentes características organizativas y operativas que orientan a diferenciarlas de las diferentes empresas, tales como:

Capital: Montos bajos de capital y limitación en el acceso a los sistemas financieros.

Administración: Cuentan con una administración independiente, la mayoría de estas MYPE son dirigidos por sus propios dueños.

Operatividad: Ocupación de espacios pequeños y su ámbito de operación son mayormente locales.

Especialización: Poca especialización en las técnicas de trabajo y gestión.

Tecnificación: Tienen acceso muy limitado a las nuevas tecnologías y soportes informáticos.

Mercado: Cuentan con acceso muy limitado a los mercados, tienen como principales competidores a las empresas informales.

2.2.4. Venta al por menor de prendas de vestir, calzado (boutique)

La República (2019) menciona que la venta en tiendas de prendas de vestir por departamentos habría ascendido a S/.6, 867 millones en el 2018 como indicó el Ministerio de Producción, la cual significa un crecimiento de 7,2% con respecto al año anterior, además, durante el año 2018 se abrieron nuevas tiendas por departamentos en los diversos lugares del Perú como en Lima, Cusco, Ica, Junín, Callao y Arequipa.

Becerra (2020) manifiesta que en el primer semestre por efecto de la pandemia las ventas de ropas infantiles fueron los más afectados, la cual registro una caída de 56,7%, asimismo, de acuerdo con el estudio realizado por FollowUP muchos establecimientos comerciales tuvieron

disminución del número de personas, tales como, se redujo el 93,3% en los establecimientos de vestuario para adultos, el 94,4% en tiendas de calzados, el 91,6% en las de ropa interior y 92,2% en vestuarios infantiles.

Polo (2021) señala que el sector textil y la comercialización de ropa comprende diferentes series de acciones como producción de calzados, ropa, accesorios y entre otros productos, este sector cuenta con bastante presencia en el mercado por ello es necesario tener en cuenta las estrategias de ventas de ropa para poder obtener el éxito del negocio, tales como, diseñar algunas promociones, ofertas y descuentos, realizar eventos presenciales para atraer clientes y fidelizarlos, hacer que la comunicación con el cliente sea permanente y efectivo, decorar el interior de la tienda de manera llamativa, procurar empacar debidamente los productos e invertir en publicidad, todo esto, se debe realizar con mucha creatividad y esfuerzo para obtener resultados positivos a un corto plazo.

2.3. Marco conceptual

Atención

Los trabajadores de una empresa deben estar atento a toda la información que el cliente transmite, porque a través de la comprensión y análisis se podrán satisfacer las diversas necesidades (Izquierdo, 2019).

Boutique

Tiendas de ropa donde se venden prendas y accesorios de moda que generalmente son de diseño exclusivo (Bacca , 2018).

Calidad

Son características que posee un producto o servicio que son obtenidos en un sistema productivo, dichas características son provenientes de mercadeo, y guardan relación directamente con las diversas necesidades del cliente (Cuatrecasas y Gonzáles, 2017).

Cliente

Persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a solicitar y utilizar los servicios ofrecidos por una empresa (Izquierdo, 2019).

Compromiso

Los trabajadores se sienten comprometidos con la empresa para el logro de los objetivos previstos (Arenal, 2019).

Despedida

Los trabajadores deben lograr que los clientes que ingresan al establecimiento queden satisfechos, terminando la adquisición de un determinado producto (Izquierdo, 2019).

Empatía

Capacidad de percibir, compartir o inferir en los sentimientos, pensamientos y emociones de los clientes (Arenal, 2019).

Garantía

Los sistemas de calidad y las documentaciones son sinónimos de garantía y seguridad que brindan las empresas a todos los consumidores, de que los bienes y servicios que se están ofreciendo son de calidad (Gonzáles y Manzanares, 2020).

Imagen empresarial

Elemento diferenciador de la competencia, que permite a la empresa posicionarse en la mente de los clientes, es decir, se refiere a cómo percibe la empresa desde el exterior (Arenal, 2019).

Presentación

Los trabajadores tienen el primer contacto con los clientes, donde transmiten la voluntad de atenderlos, al mismo momento que se les da la bienvenida de manera amable y cordial (Izquierdo, 2019).

Publicidad

La empresa de acuerdo a la publicidad presenta el producto a los clientes, especificando características y en que lo diferencia de sus competidores. La cual es utilizada para poder incrementar las ventas en un periodo determinado (Izquierdo, 2019).

III. Hipótesis

En esta investigación no se planteó hipótesis por ser de nivel descriptivo ya que sólo se conoció las características principales de la línea y variable en estudio. Como manifiestan Hernández y Mendoza (2018) sólo se formula hipótesis cuando se tiene un alcance explicativo, correlacional o las que tienen un alcance descriptivo que pretendan pronosticar dato, cifra o hechos.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

La presente investigación fue de tipo cuantitativo, porque permitió medir las características de la variable en estudio en la que se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición. El nivel de investigación fue descriptivo, porque se explicó las características más relevantes de la variable en estudio, así como de la población seleccionada.

Hernández y Mendoza (2018) refieren que “los estudios descriptivos tienen por finalidad especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado” (p. 108).

El diseño de esta investigación fue no experimental-transversal; no experimental porque no se manipularon la variable en estudio, ya que se observó tal como se encuentra dentro de su contexto, y transversal porque se tomó los datos en un solo momento de tiempo, el cual tuvo un inicio y un final.

Hernández y Mendoza (2018) manifiestan que “la investigación no experimental son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos, y transversal son la recopilación de datos en un momento único” (p.175).

4.2. Población y muestra

La población estuvo conformada por un total de 30 representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados de la ciudad de Caraz, 2020.

Hernández y Mendoza (2018) mencionan que “la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 195).

La muestra fue censal porque se contó con una población pequeña; se consideró la misma cantidad de la población constituida por 30 representantes de las MYPES de acuerdo a la información obtenida por la Gerencia de Administración Tributaria y Rentas de la Municipalidad Provincial de Huaylas-Caraz.

Hernández y Mendoza (2018) señalan que “la muestra es el subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta, si se desean generalizar los resultados” (p. 196).

El muestreo fue no probabilístico por conveniencia porque en el estudio se consideró el 100% de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique de la ciudad de Caraz, además, no se utilizó ningún tipo de fórmula.

Hernández y Mendoza (2018) refieren que “la muestra no probabilística es el subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación” (p. 238).

4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Variable		Definición operacional			Escala de medición
		Dimensión		Indicador	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de la Calidad	Cuatrecasas y Gonzáles (2017) mencionan que la calidad actúa como guía para llevar a cabo la mejora continua y lograr una forma sistemática y estructurada la resolución de problemas.	Planificar	Es la primera fase donde se fijan los objetivos que se quieren alcanzar y la elección de los métodos adecuados para lograrlos.	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación de objetivos - Registro de la situación de partida. - Elección de acciones correctivas. - Observar el resultado. 	Ordinal
		Realizar	Consiste en llevar a cabo las acciones correctivas planeadas en la fase anterior.	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar acciones correctivas. 	
		Comprobar	En esta fase se verifica y controla los efectos y resultados que surjan al momento de aplicar las mejoras planificadas.	<ul style="list-style-type: none"> - Seguimiento de los resultados. 	
		Actuar	Se procede a realizar su normalización mediante una documentación adecuada, describiendo lo aprendido y formalizando los procesos o actividades.	<ul style="list-style-type: none"> - Normalizar acción de mejora. 	

Variable		Definición operacional			Escala de medición
		Dimensión		Indicador	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Atención al cliente	Ramírez (2017) definen como servicio que proporcionan las empresas para satisfacer las necesidades de sus clientes.	Tangibilidad	Es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal.	<ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones físicas. - Equipos tecnológicos modernos. - Presentación del personal. 	Ordinal
		Fiabilidad	Habilidad para realizar el servicio prometido de manera fiable y adecuada.	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio fiable y adecuado. 	
		Capacidad de Respuesta	Disposición de ayudar a los clientes y proporcionarles un servicio rápido.	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad de ayuda. - Rapidez en la respuesta. 	
		Seguridad	Es la inexistencia de peligros, riesgos o dudas.	<ul style="list-style-type: none"> - Inspirar confianza al cliente. 	
		Empatía	Es la capacidad de ponerse en el lugar de otro.	<ul style="list-style-type: none"> - Escucha asertiva. 	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Se utilizó la técnica de la encuesta, a través de ello se obtuvo datos que permitieron realizar tablas estadísticas sobre la gestión de calidad y atención al cliente (Hernández y Mendoza, 2018).

Instrumento

Para recoger la información se utilizó el cuestionario como instrumento la cual se realizó de manera presencial con los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique, permitiendo obtener datos necesarios para la investigación (Hernández y Mendoza, 2018). Asimismo, el cuestionario estuvo conformado por 22 preguntas cerradas divididas en cuatro partes, la primera por 4 preguntas referente a las características de los representantes, la segunda por 3 preguntas relacionado a las micro y pequeñas empresas, la tercera por 7 preguntas con respecto a la gestión de calidad y la cuarta por 8 preguntas concernientes a la atención al cliente, además, mencionar que el cuestionario fue validado por juicio de expertos de la universidad ULADECH.

4.5. Plan de análisis

Para llevar a cabo la recolección de información se solicitó la participación de todos los representantes de las MYPE del rubro boutique a través del protocolo del consentimiento informado, una vez que aceptaron se procedió aplicar el cuestionario presencial a los representantes, de acuerdo a los datos obtenidos se procesó la información en el Microsoft Excel, en la que se elaboró tablas, figuras e interpretación de los resultados, permitiendo de esta forma dar las conclusiones y recomendaciones.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Metodología	Instrumento y procesamiento
¿Cuáles son las principales características de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en Comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020?	<p>Objetivo General: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Listar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzados y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020. 2) Definir las características de las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020. 3) Detallar la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020. 4) Identificar los factores relevantes de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020. 	<p>Gestión de calidad</p> <p>Atención al cliente</p>	<p>Tipo: Cuantitativo.</p> <p>Nivel: Descriptivo.</p> <p>Diseño: No experimental-transversal.</p> <p>Población: 30 gerentes de empresas de boutique.</p> <p>Muestra: Censal.</p> <p>Muestreo: No probabilístico.</p>	<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p> <p>Prueba de hipótesis: No se realizó ninguna prueba porque no se planteó hipótesis.</p>

4.7. Principios éticos

En esta investigación se tuvo en cuenta los principios éticos establecidos por el Código de ética para la investigación Versión 004 de la ULADECH Católica:

1. Principio de protección a las personas, el bienestar y seguridad es el fin supremo de todas las investigaciones, por ello, se tiene que proteger la dignidad, identidad, confidencialidad, privacidad, creencia y religión de las personas, además, se debe proteger los derechos fundamentales si están en situación de vulnerabilidad.

Para la investigación se elaboró el protocolo del consentimiento informado (Ver Anexo E), el mismo que fue firmado por los gerentes y/o representantes de las boutiques que conforman parte de la muestra de este estudio. Algunos de los participantes se negaron a firmar el consentimiento informado por ello se tomó otras estrategias como mensajes vía whatsapp y su huella digital. A través del consentimiento informado se comunicó explícitamente el propósito de la investigación que consiste en describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en estas empresas, además, se les informó a cada uno de ellos que se pueden retirar en cualquier momento de la investigación sin perjuicio alguno, o abstenerse a responder todas las preguntas, asimismo, se les hizo mención que la información recopilada quedará disponible para futuras investigaciones y productos derivados de la investigación. No se contó con participantes menores de edad en este estudio; no se solicitó autorización alguna a las empresas; porque no se aplicó el instrumento a los trabajadores de la misma, el cuestionario fue diseñado para los gerentes y/o representantes legales, quiénes dieron su aceptación mediante el consentimiento informado. Cabe señalar que esta investigación tiene como muestra a los representantes de las boutiques de la ciudad de Caraz.

2. Principio de beneficencia y no maleficencia, todas las investigaciones deben tener un balance, riesgo y beneficio positivo, para poder asegurar el cuidado de la vida y bienestar de todas las personas que son participes en la investigación, además, la conducta de la investigadora debe cumplir con ciertas reglas, tales como, no causar daño, disminución de los posibles efectos adversos y la maximización de los beneficios.

Esta investigación por su naturaleza no representó riesgo alguno ni para los participantes ni para el estudiante investigador, en el proceso de la recolección de información se informó de ello a todos los integrantes de la muestra. En todo momento lo que se procuró fue maximizar los beneficios de quiénes conforman la muestra de este estudio, sin ir en contra de los derechos de los participantes.

3. Principio de justicia, se debe anteponer la justicia y bien común antes de los intereses personales, asimismo, se tiene que ejercer un juicio razonable y asegurar que las limitaciones de conocimientos, capacidades o sesgos no den cabida a las prácticas injustas, además, la investigadora está obligada a tratar de forma equitativa a quiénes participan en los procedimientos de la investigación.

Los resultados obtenidos de la investigación estarán disponibles para todos aquellos que requieran saber de ella, de igual manera para futuros estudios respecto a la profundización del mismo; si los participantes que forman parte de la muestra tienen interés por los resultados para aplicarlos en sus empresas se les facilitará la información a través de su correo electrónico u otro medio que el participante haya proporcionado, asimismo, como investigadora se brindó un trato equitativo y justo a todos aquellos que participaron en la investigación.

4. Principio de integridad científica, la investigadora tiene que evitar el engaño en los diversos aspectos, debe evaluar y declarar los daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan

afectar a quiénes participan en la investigación, asimismo, tiene que garantizar la veracidad en todos los procedimientos desde la formulación, desarrollo, análisis y comunicación de los resultados.

Para esta investigación se informó a los representantes que los datos de identidad serán confidenciales y anónimas. No se elaboraron protocolos de seguridad porque no se utilizaron equipos electrónicos, mecánicos, médicos, entre otros; asimismo, se dio a conocer a los participantes que la información obtenida será almacenada en una PC personal donde solo el estudiante investigador podrá acceder por un período de cinco años, y solo se usarán exclusivamente para esta investigación, además, no se utilizó instrumentos de recolección de información grupal ya que se tomó de manera personal y por último, no se presentaron conflictos de interés que perjudiquen la investigación.

5. Principio de libre participación y derecho a estar informado, las personas que participan en las diversas actividades de investigación tienen derecho a estar informado sobre el propósito y los fines de la investigación en la que participan; tienen la libertad de elegir si participan en ella de forma voluntaria, asimismo, en toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, donde los sujetos investigados o el titular de los datos permite el uso de la información para los fines específicos señalados en el proyecto.

Antes del recojo de información se solicitó formalmente la firma del protocolo de consentimiento informado a los participantes, para que de fe que cada uno de los gerentes y/o representantes han participado de manera voluntaria, asimismo, se les solicitó que en caso de que tengan dudas o consultas en cuanto a la investigación, hagan llegar para que sean absueltas oportunamente y así evitar cualquier contratiempo.

6. Principio de cuidado del medio ambiente y bioseguridad, en todas las investigaciones se debe respetar la dignidad de los animales, plantas y cuidado del medio ambiente, por encima del fin científico, se tiene que tomar medidas para evitar los diferentes daños y planificar acciones para disminuir dichos efectos.

Esta investigación no abarcó el estudio de animales, plantas ni se realizó aplicaciones en el medio ambiente ni afectó a la biodiversidad, por ello no se declararon posibles daños, riesgos o beneficios que pudieran tener sobre ellos. La muestra del estudio estuvo compuesta por los gerentes y/o representantes de las boutiques de la ciudad de Caraz.

V. Resultados

5.1. Resultados

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Tabla 1

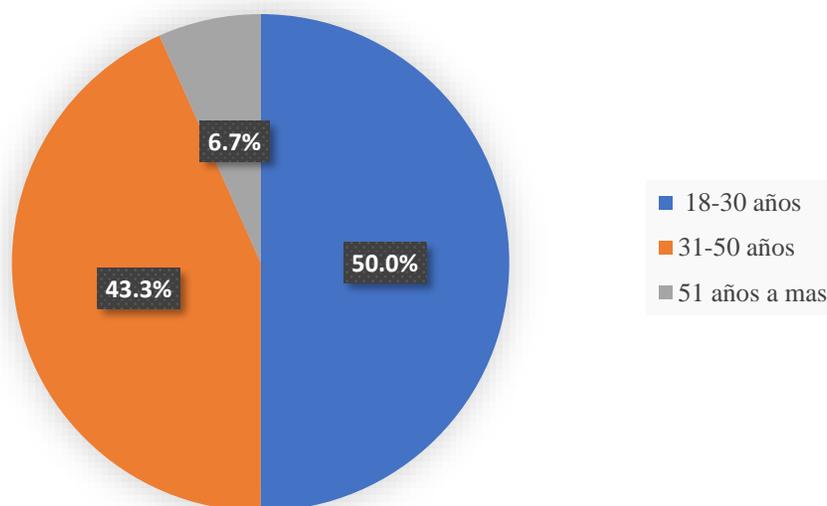
Distribución según edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
18-30 años	15	50,0
31-50 años	13	43,3
51 años a más	2	6,7
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 1

¿Dentro de qué intervalo está ubicado su edad?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 1 y gráfico 1, con respecto a la edad de los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz, el 50,0% tienen entre 18 a 30 años de edad; mientras que el 43,3% de 31 a 50 años y por último el 6,7% tienen entre 51 años a más.

Tabla 2

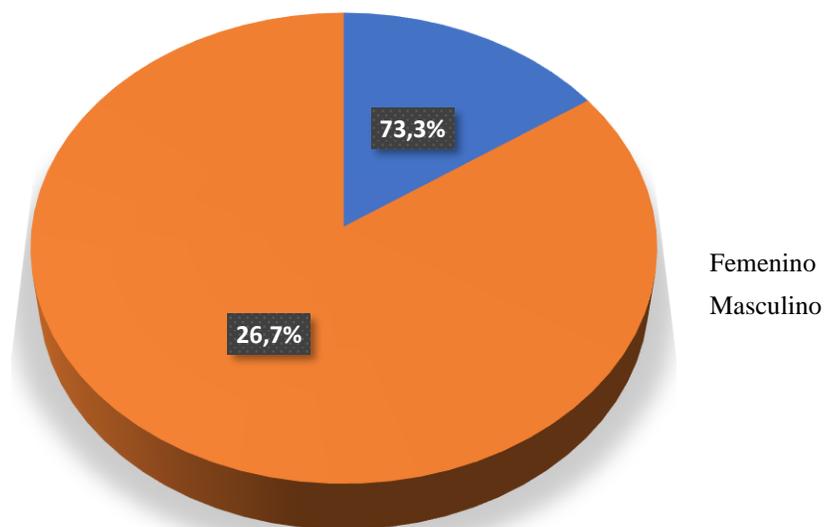
Distribución según género de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Género	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Femenino	22	73,3
Masculino	8	26,7
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 2

¿A qué género pertenece?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 2 y gráfico 2, de acuerdo a las encuestas realizadas a los representantes de las MYPES del rubro boutique, el 73,3% son de género femenino mientras que el 26,7% son de género masculino.

Tabla 3

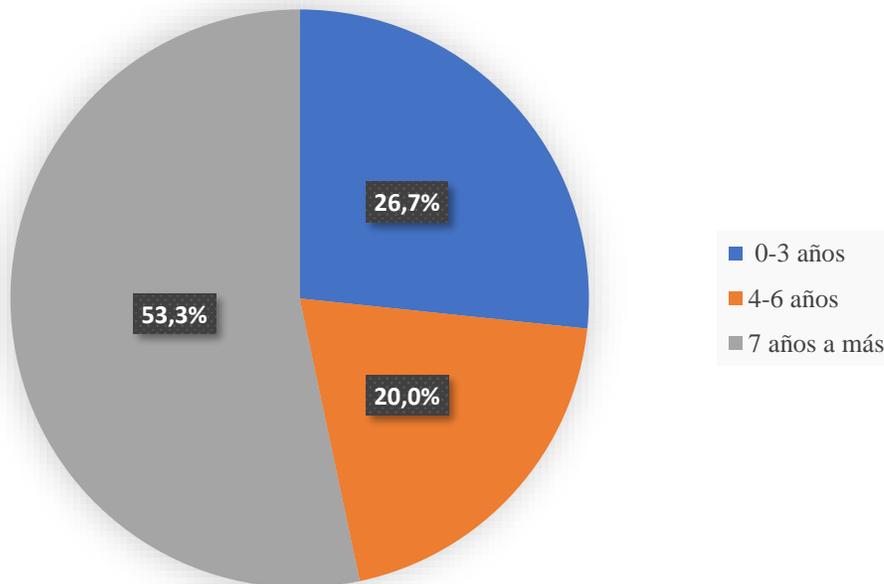
Experiencia de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Experiencia	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
0-3 años	8	26,7
4-6 años	6	20,0
7 años a más	16	53,3
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 3

¿Cuántos años de experiencia tiene en el cargo?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 3 y gráfico 3, con respecto a la experiencia que tienen los representantes en el cargo, se observa que el 53,3% tienen entre 7 años a más, mientras que el 26,7% de 0 a 3 años y por último el 20,0% tienen entre 4 a 6 años.

Tabla 4

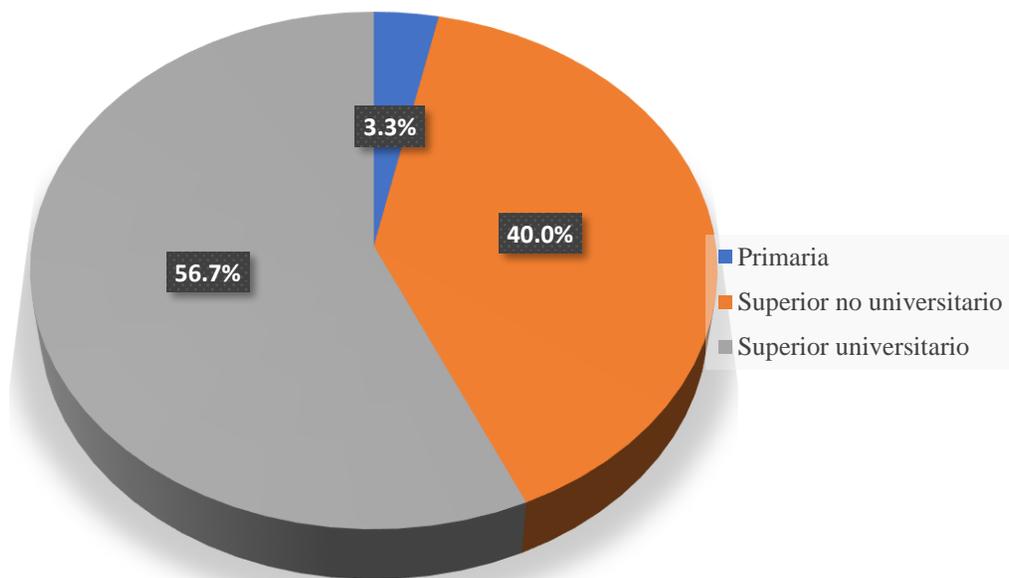
Distribución según grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Grado de instrucción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Primaria	1	3,3
Superior no universitario	12	40,0
Superior universitario	17	56,7
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 4

¿Cuál es su grado de instrucción?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 4 y gráfico 4, con respecto al grado de instrucción de los representantes de las MYPES del rubro boutique, se puede visualizar que el 56,7% tienen superior universitario, mientras que el 40,0% superior no universitario y finalmente, tienen primaria el 3,3%.

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique.

Tabla 5

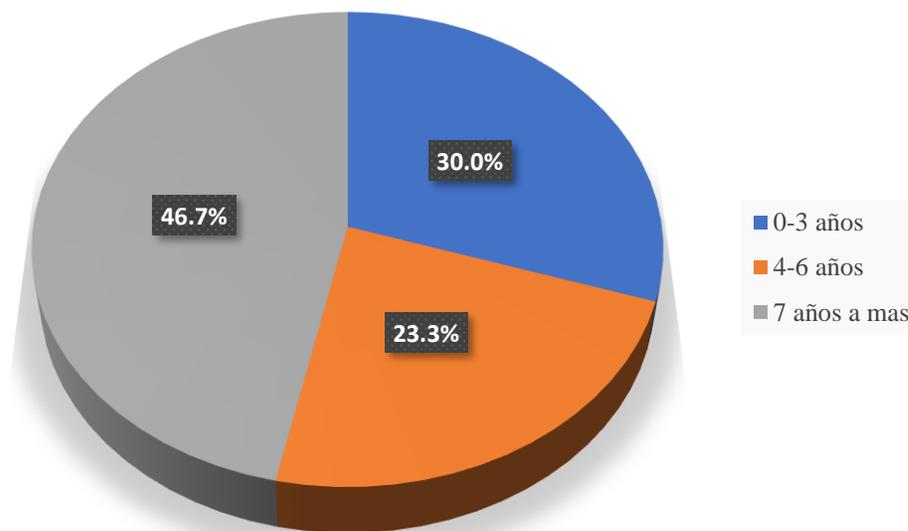
Distribución según el tiempo de permanencia de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Tiempo de permanencia en el rubro.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
0-3 años	9	30,0
4-6 años	7	23,3
7 años a más	14	46,7
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 5

¿Cuántos años de permanencia tiene su empresa en el mercado?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 5 y gráfico 5, de acuerdo a las encuestas realizadas a los representantes de las MYPES del rubro boutique, el 46,7% tienen entre 7 años a más de permanencia en el rubro, mientras que el 30,0% tienen entre 0 a 3 años y finalmente, el 23,3% de 4 a 6 años.

Tabla 6

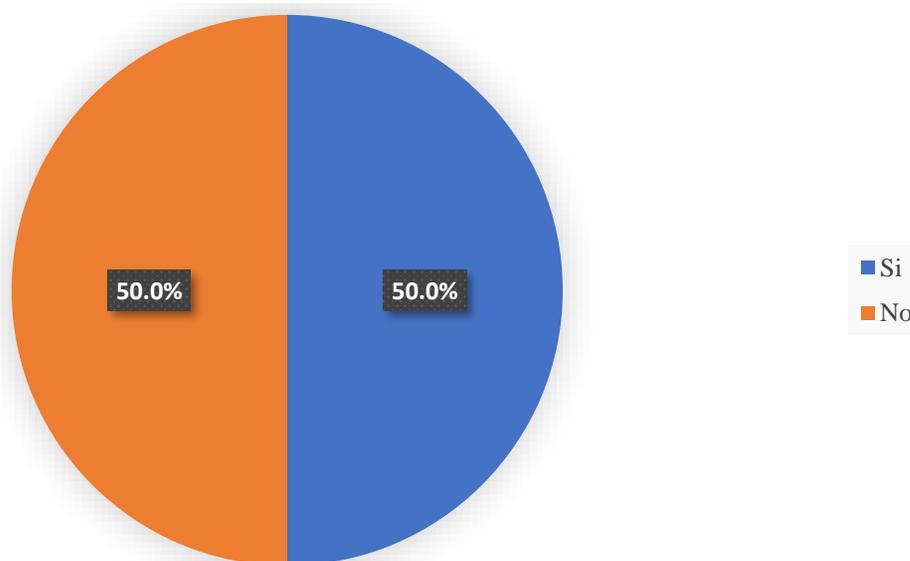
Distribución según incremento de ventas de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Incremento de ventas respecto al año anterior.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Si	15	50,0
No	15	50,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 6

¿Sus ventas se incrementaron respecto al año anterior?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 6 y gráfico 6, se observa que el 50,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique si han incrementado sus ventas respecto al 2019 y el 50,0% no han incrementado.

Tabla 7

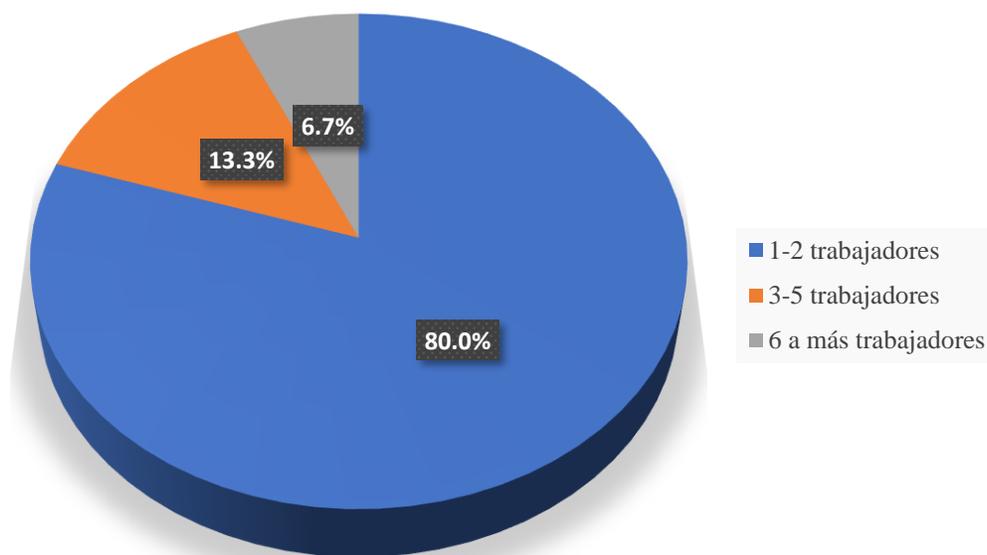
Distribución según número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Número de trabajadores	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
1-2 trabajadores	24	80,0
3-5 trabajadores	4	13,3
6 a más trabajadores	2	6,7
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 7

¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 7 y gráfico 7, con respecto al número de trabajadores de las MYPES del rubro boutique, se observa que el 80,0% tienen entre 1 a 2 trabajadores, mientras que el 13,3% tienen de 3 a 5 trabajadores y por último el 6,7% de 6 a más trabajadores.

Referente a las características de la gestión de calidad.

Tabla 8

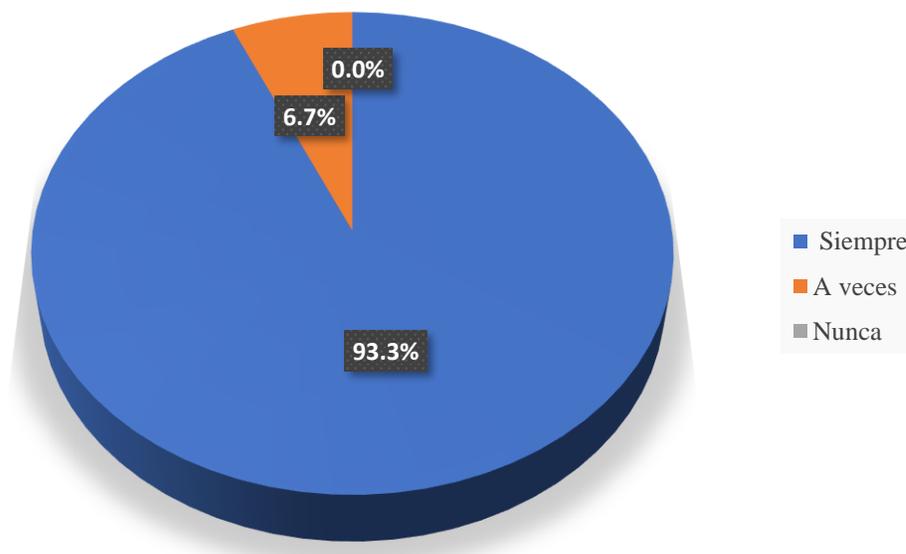
Planifican los objetivos que se desean alcanzar las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz, 2020.

Planifica los objetivos que desea alcanzar a fin de año.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	28	93,3
A veces	2	6,7
Nunca	0	0,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 8

¿Planifica los objetivos que desea alcanzar a fin de año?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 8 y gráfico 8, se observa que el 93,3% de los gerentes de las MYPES del rubro boutique siempre planifican los objetivos que desean alcanzar a fin de año, mientras que el 6,7% a veces lo realizan.

Tabla 9

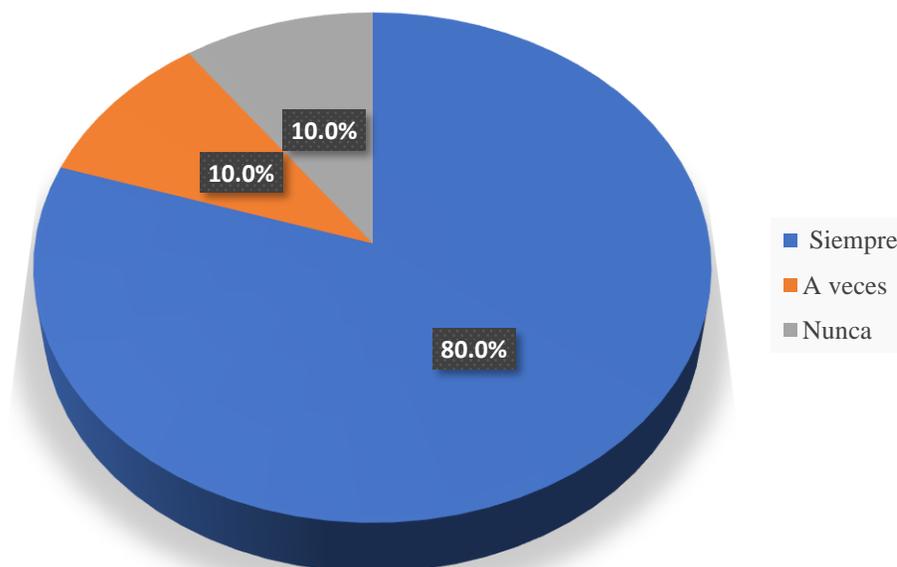
Registro de problemas identificados en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Registra los problemas identificados de su empresa.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	24	80,0
A veces	3	10,0
Nunca	3	10,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 9

¿Registra los problemas identificados de su empresa?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 9 y gráfico 9, con respecto si las empresas registran los problemas identificados, los representantes de las MYPES del rubro boutique respondieron que el 80,0% siempre registran los problemas identificados de su empresa, mientras que el 10,0% a veces lo realizan y por último el 10,0% nunca lo realizan.

Tabla 10

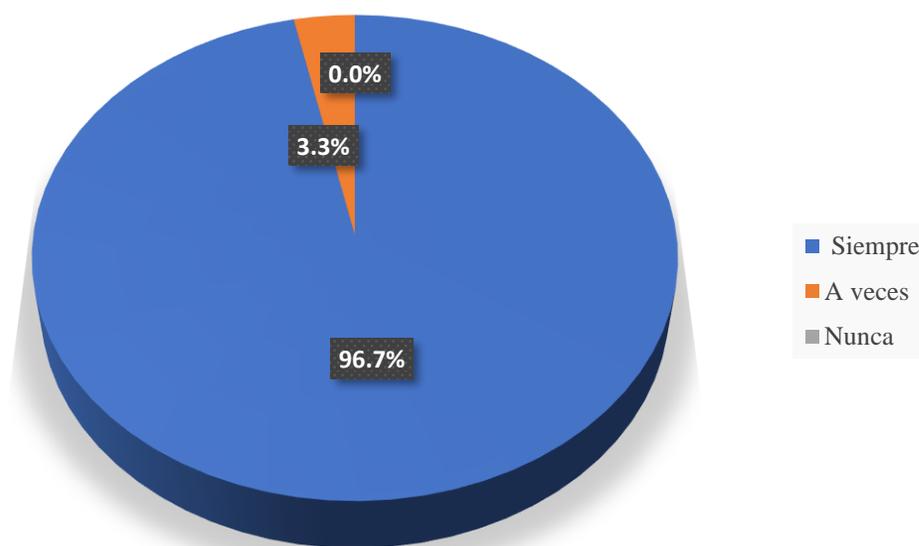
Elección de acciones para corregir los problemas en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Elige acciones para corregir los problemas identificados en su empresa.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	29	96,7
A veces	1	3,3
Nunca	0	0,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 10

¿Elige acciones para corregir los problemas identificados en su empresa?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 10 y gráfico 10, se observa que el 96,7% de los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz siempre eligen acciones para corregir los problemas identificados de su empresa, mientras que el 3,3% a veces lo realizan.

Tabla 11

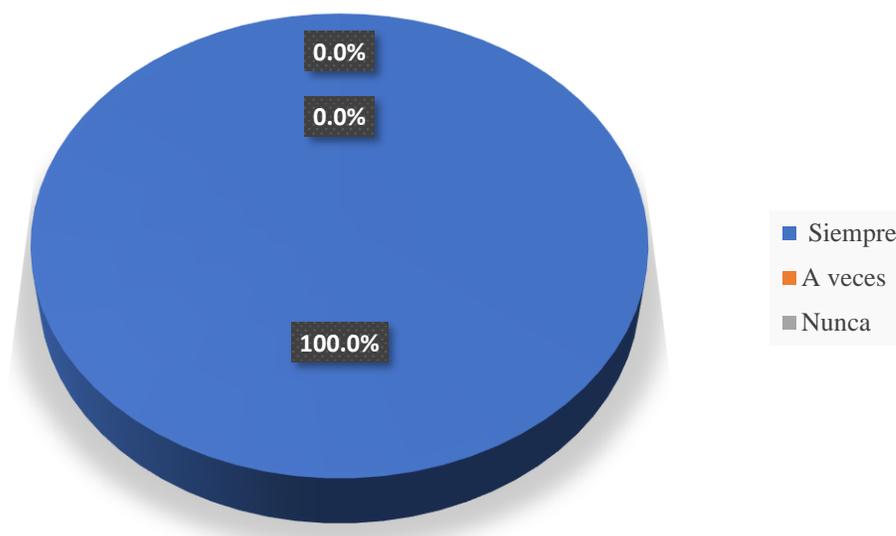
Diagnóstico de posibles soluciones de los problemas identificados en las MYPES del rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Diagnóstica las posibles soluciones de los problemas identificados en su empresa.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	30	100,0
A veces	0	0,0
Nunca	0	0,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 11

¿Diagnóstica las posibles soluciones de los problemas identificados en su empresa?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 11 y gráfico 11 se observa que el 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique siempre diagnostican las posibles soluciones de los problemas identificados dentro de su empresa.

Tabla 12

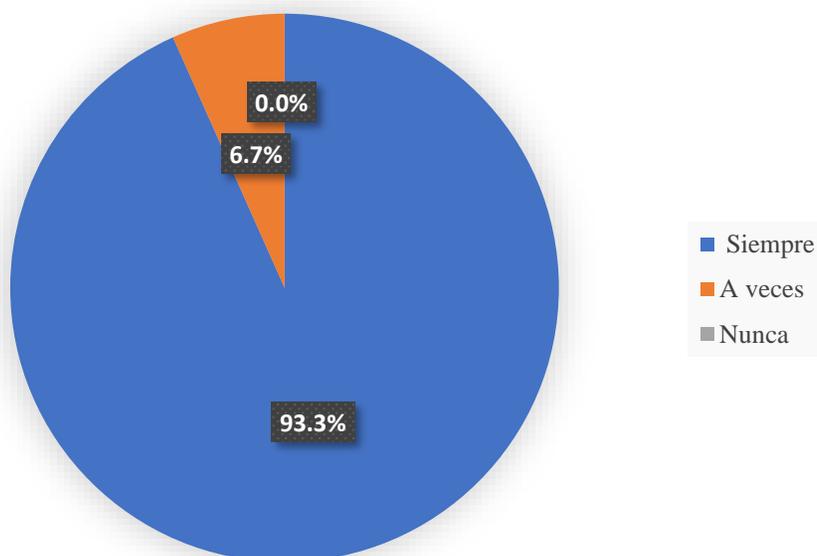
Aplicación de acciones correctivas en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Aplica las acciones correctivas de acuerdo a lo planificado.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	28	93,3
A veces	2	6,7
Nunca	0	0,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 12

¿Aplica las acciones correctivas de acuerdo a lo planificado?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 12 y gráfico 12 se observa que el 93,3% de los representantes de las MYPES del rubro boutique siempre aplican acciones correctivas de acuerdo a lo que planifican, mientras que el 6,7% a veces lo realizan.

Tabla 13

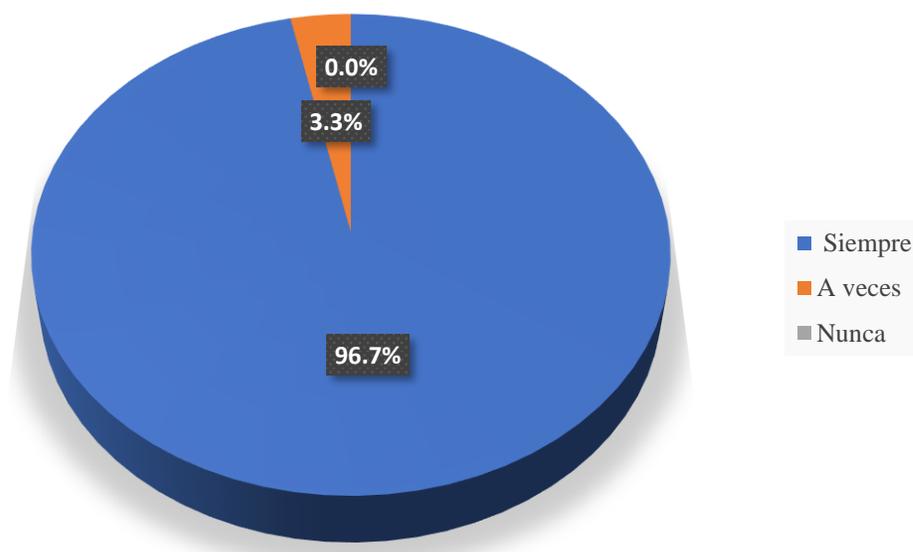
Realizan seguimiento a los resultados de las acciones correctivas implementadas en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Realiza seguimiento a los resultados de las acciones correctivas implementadas en su empresa.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	29	96,7
A veces	1	3,3
Nunca	0	0,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 13

¿Realiza seguimiento a los resultados de las acciones correctivas implementadas en su empresa?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 13 y gráfico 13, se observa que el 96,7% de los representantes de las MYPES del rubro boutique siempre realizan seguimiento a los resultados, mientras que el 3,3% a veces lo realizan.

Tabla 14

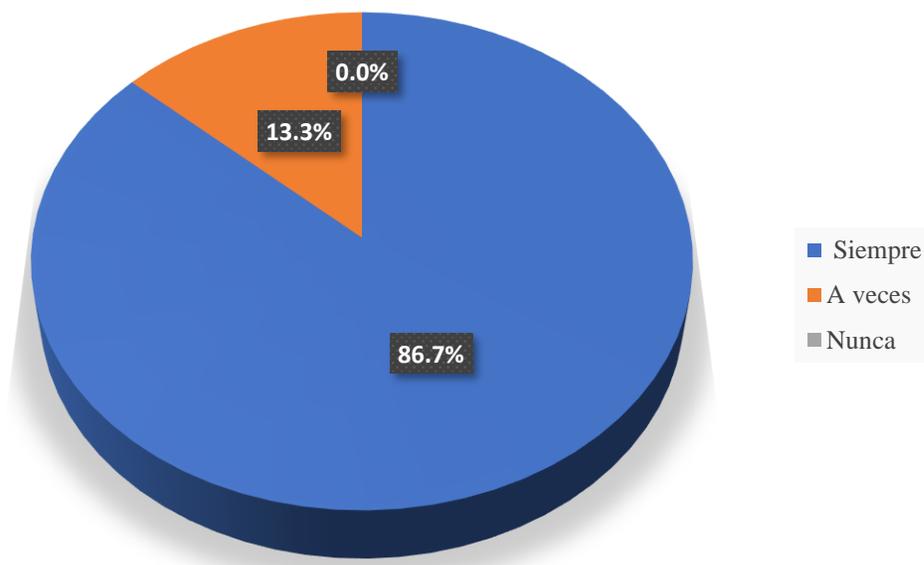
Estandarizar acciones de mejora en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Estandariza las acciones de mejora para la solución de problemas en su empresa.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	26	86,7
A veces	4	13,3
Nunca	0	0,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 14

¿Estandariza las acciones de mejora para la solución de problemas en su empresa?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 14 y gráfico 14, se observa que el 86,7% de los representantes de las MYPES del rubro boutique siempre estandarizan las acciones de mejora para solucionar los problemas, mientras que el 13,3% a veces lo realizan.

Referente a las características de la atención al cliente.

Tabla 15

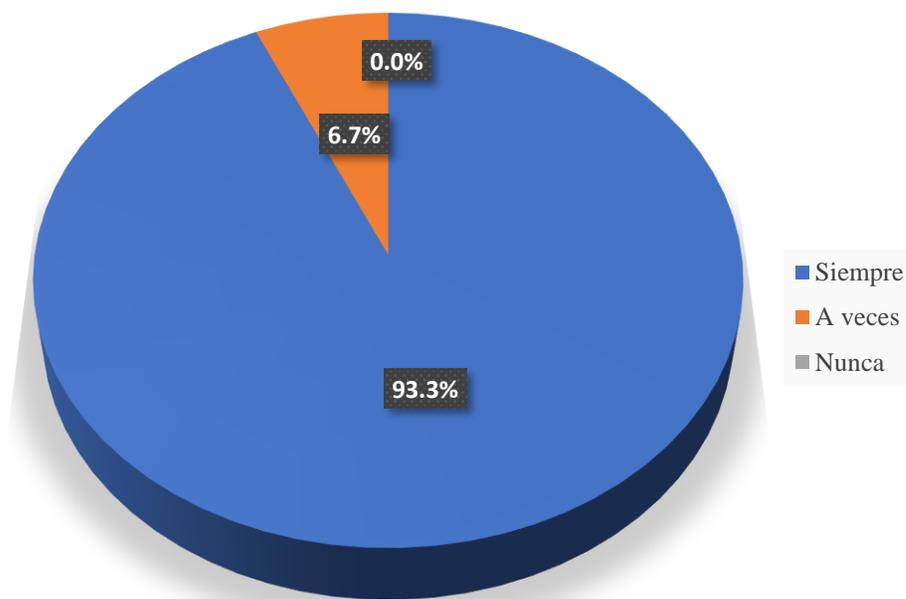
Instalaciones físicas de las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Sus instalaciones físicas están acorde a las expectativas del cliente.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	28	93,3
A veces	2	6,7
Nunca	0	0,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 15

¿Sus instalaciones físicas están acorde a las expectativas del cliente?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 15 y gráfico 15, se observa que el 93,3% de los gerentes de las MYPES del rubro boutique siempre sus instalaciones físicas están acorde a las expectativas del cliente, mientras que el 6,7% a veces están acorde a las expectativas.

Tabla 16

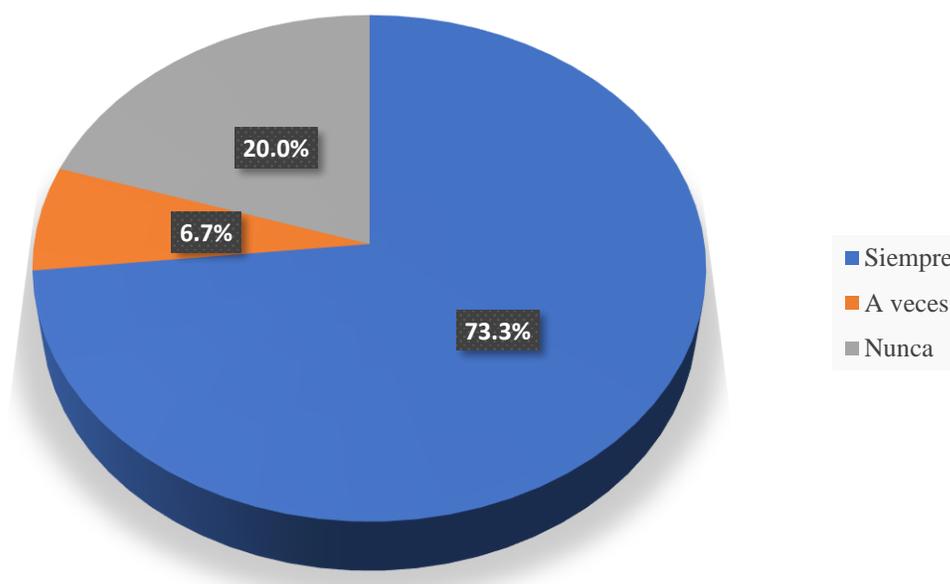
Uso de equipos tecnológicos modernos en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Hace uso de los equipos tecnológicos modernos en su empresa.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	22	73,3
A veces	2	6,7
Nunca	6	20,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 16

¿Hace uso de los equipos tecnológicos modernos en su empresa?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 16 y gráfico 16, se observa que el 73,3% de los representantes de las MYPES del rubro boutique siempre hacen uso de los equipos tecnológicos modernos, mientras que el 20,0% a veces lo utiliza y finalmente, el 6,7% nunca no utilizan.

Tabla 17

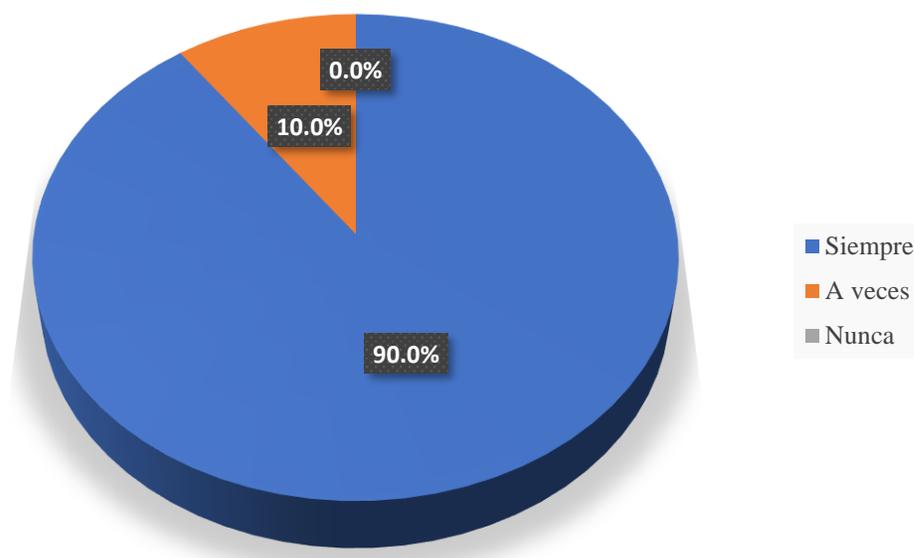
Presentación del personal en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

La presentación del personal es importante para la atención al cliente.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	27	90,0
A veces	3	10,0
Nunca	0	0,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 17

¿La presentación del personal es importante para la atención al cliente?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 17 y gráfico 17, se observa que el 90,0% de los representantes de las MYPES del rubro boutique consideran que siempre la presentación del personal es importante, mientras que el 10,0% consideran que a veces lo es importante.

Tabla 18

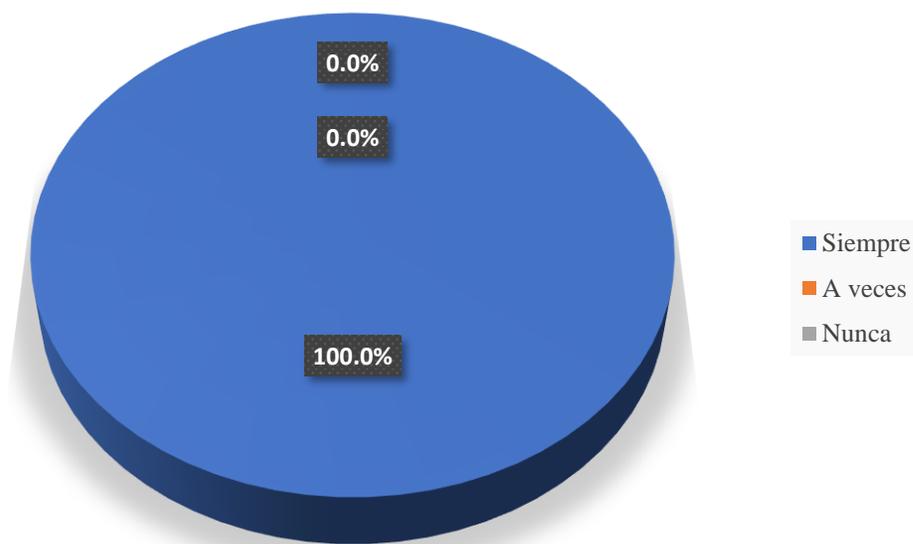
Ofrecer un servicio fiable y adecuado a los clientes en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Ofrece un servicio fiable y adecuado a los clientes.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	30	100,0
A veces	0	0,0
Nunca	0	0,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 18

¿Ofrece un servicio fiable y adecuado a los clientes?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 18 y gráfico 18, queda evidenciado que el 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique siempre ofrecen un servicio fiable y adecuado a los clientes.

Tabla 19

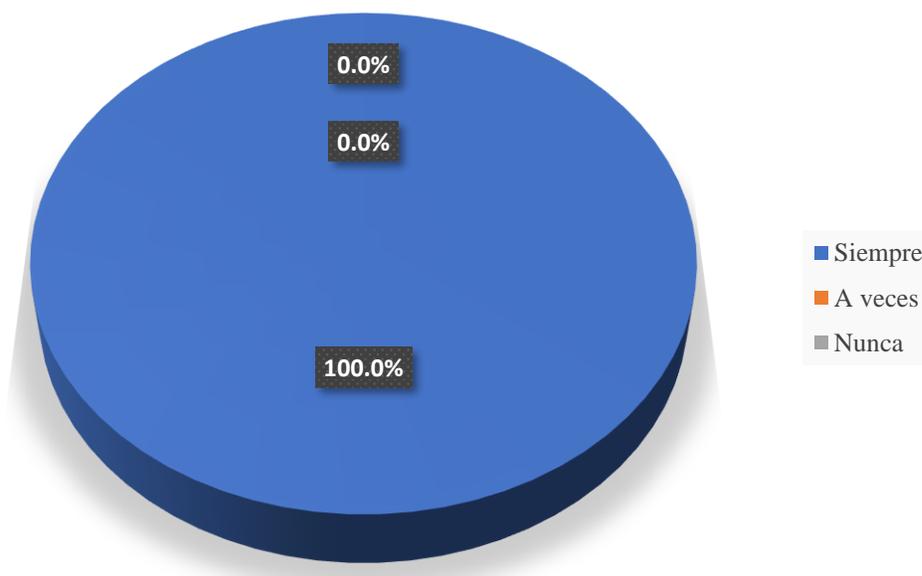
Disponibilidad de ayuda a los clientes en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Se muestra disponible para ayudar a los clientes.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	30	100,0
A veces	0	0,0
Nunca	0	0,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 19

¿Se muestra disponible para ayudar a los clientes?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 19 y gráfico 19, se puede observar que el 100,0% de los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz siempre se muestran disponibles para ayudar a los clientes.

Tabla 20

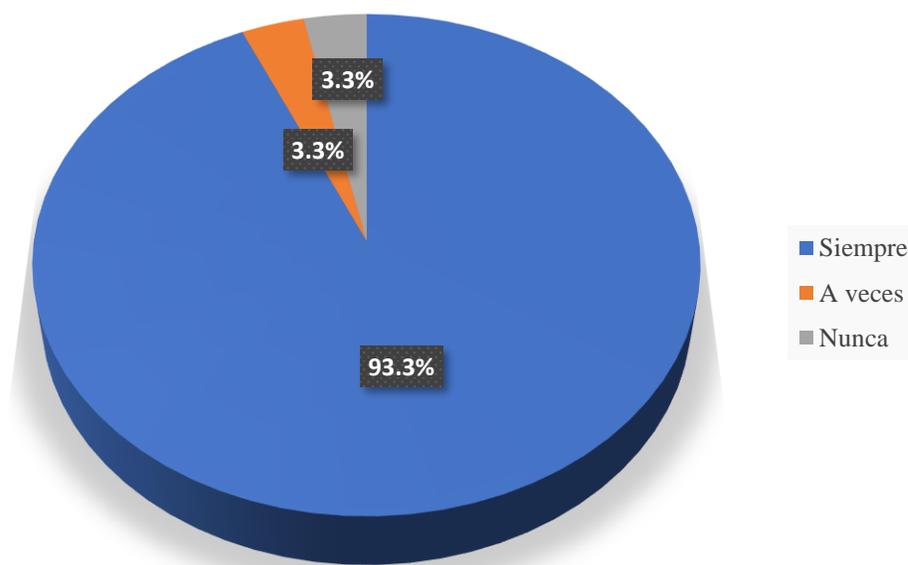
Ofrecen una respuesta rápida ante los reclamos del cliente en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Sus trabajadores ofrecen una respuesta rápida ante los reclamos del cliente.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	28	93,3
A veces	1	3,3
Nunca	1	3,3
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 20

¿Sus trabajadores ofrecen una respuesta rápida ante los reclamos del cliente?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 20 y gráfico 20, se puede observar que el 93,3% de los representantes de las MYPES del rubro boutique cuentan con trabajadores que siempre ofrecen una respuesta rápida ante los reclamos del cliente, mientras que el 3,3% a veces lo ofrecen y por último el 3,3% nunca ofrecen una respuesta rápida.

Tabla 21

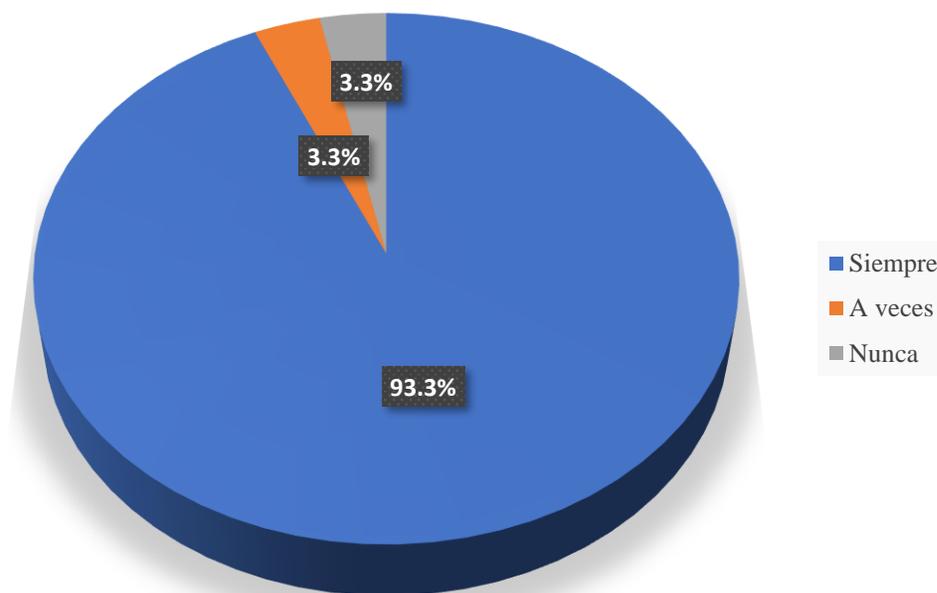
Inspirar confianza a los clientes en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Sus trabajadores inspiran confianza a los clientes.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	28	93,3
A veces	1	3,3
Nunca	1	3,3
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 21

¿Sus trabajadores inspiran confianza a los clientes?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 21 y gráfico 21, de acuerdo a las encuestas realizadas a los representantes de las MYPES del rubro boutique, el 93,3% de los representantes indican que siempre sus trabajadores inspiran confianza a los clientes, mientras que el 3,3% manifiestan que a veces y por último el 3,3% señalan que nunca.

Tabla 22

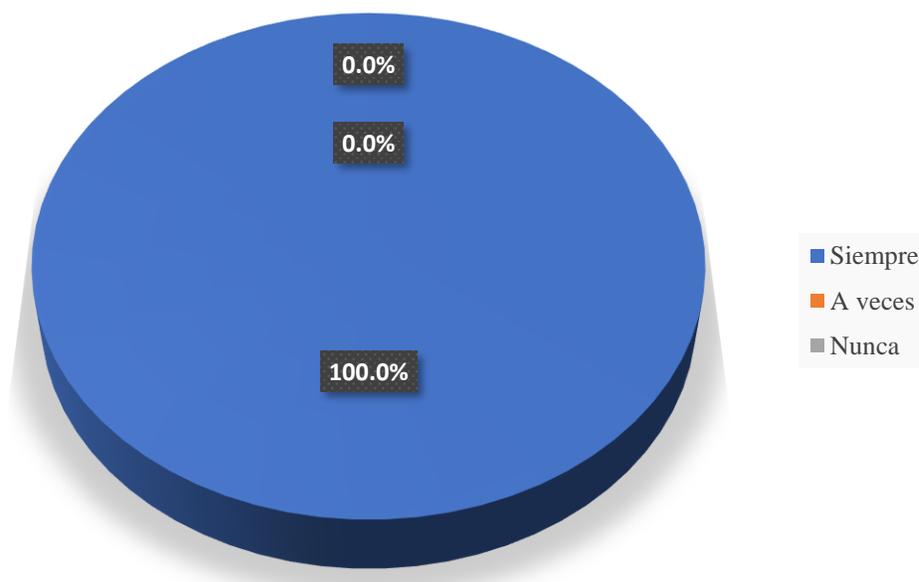
Escucha quejas, sugerencias y reclamos de los clientes en las MYPES, rubro boutique en la ciudad de Caraz, 2020.

Escucha las quejas, sugerencias y reclamos de los clientes de manera asertiva.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	30	100,0
A veces	0	0,0
Nunca	0	0,0
Total	30	100,0

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Gráfico 22

¿Escucha las quejas, sugerencias y reclamos de los clientes de manera asertiva?



Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

Interpretación: En la tabla 22 y gráfico 22, queda evidenciado que el 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique siempre escuchan las quejas, sugerencias y reclamos de los clientes.

5.2. Análisis de los resultados

Referente a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

El 50,0% de los representantes encuestados del rubro boutique tienen entre 18 a 30 años de edad (Tabla 1), coincidiendo con los resultados de los siguientes autores, Zapata (2018) manifiesta que el 50,0% de los gerentes tienen de 20 a 30 años, asimismo, Asunción (2018) menciona que el 60,0% de los representantes tienen entre 18 a 30 años, igualmente, Díaz (2019) indica que el 50,0% de los representantes tienen edades entre 18 a 30 años y Rodríguez (2019) señala que el 50,0% de los representantes tienen de 18 a 30 años; contrastando con los resultados de los siguientes autores, Requejo (2018) señala que el 35,7% de los representantes tienen de 20 a 30 años de edad, asimismo, Salazar (2019) refiere que el 66,7% están en un rango de 29 a 39 años y Correa (2019) manifiesta que 73,9% tienen de 31 a 50 años. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique están dirigidos por jóvenes de 18 a 30 años de edad, con experiencia, compromiso y capacidad para administrar su negocio.

El 73,3% de los representantes encuestados del rubro boutique son de género femenino (Tabla 2), resultado que coincide con los siguientes autores, Asunción (2018) refiere que el 91,0% de los encuestados son de género femenino, asimismo, Cerna (2019) señala que el 87,5% son de género femenino, igualmente, Díaz (2019) indica que el 84,0% de los gerentes pertenecen al género femenino, también, Salazar (2019) manifiesta que el 55,6% de los representantes son de género femenino, además, Correa (2019) refiere que el 84,7% de los representantes pertenecen al género femenino, también, Ruíz (2018) señala que el 65,4% de los representantes son de género femenino, asimismo, Mendoza (2018) refiere que el 81,0% de los representantes

son de género femenino, además, Salas (2017) indica que el 81,8% de los representantes son de género femenino y Requejo (2018) menciona que el 92,8% de los representantes son de género femenino. Los resultados demuestran que en su mayoría los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, con experiencia e influencia en la moda.

El 53,3% de los representantes encuestados tienen de 7 años a más de experiencia en el cargo (Tabla 3), resultado que coincide con Rodríguez (2019) quién señala que el 41,7% de los representantes tienen de 7 años a más en el cargo, asimismo, Correa (2019) manifiesta que el 41,3% de los representantes tienen entre 7 años a más de experiencia en el cargo, igualmente, Cerna (2019) menciona que el 81,3% tienen de 7 años a más desempeñándose en el cargo y Pejerrey (2019) indica que el 50,0% de los representantes tienen de 7 años a más en el cargo; contrastando con Díaz (2019) quién señala que el 50,0% de los representantes tienen entre 4 a 6 años en el cargo. Esto demuestra que en su mayoría los representantes tienen de 7 años a más en el cargo, con experiencia en el mercado frente a su competencia y con perseverancia en sacar adelante sus negocios.

El 56,7% de los representantes encuestados tienen superior universitario (Tabla 4), resultado que coincide con Rodríguez (2019) quién manifiesta que el 41,7% de los representantes tienen superior universitario; contrastando con los resultados de los siguientes autores, Díaz (2019) manifiesta que el 56,8% de los representantes tienen superior no universitaria, asimismo, Requejo (2018) señala que el 57,1% de los representantes tienen superior técnico, también Salas (2017) indica que el 40,9% de los representantes tienen superior técnico y Cerna (2019) manifiesta que el 43,8% de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria. Los representantes del rubro boutique en su mayoría tienen estudios no universitarios, ello no impide para llevar una mejor administración de su empresa.

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

El 46,7% de los representantes encuestados tienen de 7 años a más de permanencia en el mercado (Tabla 5), resultado que coincide con Rodríguez (2019) quién manifiesta que el 41,7% de los micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro, asimismo, Salazar (2019) indica que el 44,4% cuentan de 7 años a más de permanencia en el mercado, además, Cerna (2019) señala que el 83,3% tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro y Correa (2019) refiere que el 63,4% llevan laborando más de 7 años en el mercado; contrastando con Requejo (2018) quién señala que el 78,5% de las MYPES tienen de 6 años a más de permanencia en el mercado y con Asunción (2018) quién señala que el 57,0% de las MYPES tienen de 3 a 6 años en el rubro. Los resultados reflejan que en su mayoría las MYPES tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro, la cual demuestra que las empresas ya están posicionadas en el mercado debido que ya tienen sus clientes fieles.

El 50,0% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique si han incrementado sus ventas respecto al año anterior, seguido del 50,0% que no ha incrementado sus ventas respecto al año anterior (Tabla 6). Esto demuestra que las ventas de las MYPES del rubro investigado no han aumentado ni disminuido con respecto al año 2019, es decir se encuentran estables.

El 80,0 de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique tienen de 1 a 2 trabajadores (Tabla 7), resultado que coincide con Salas (2017) quién manifiesta que el 81,8% de las MYPES tienen de 1 a 2 trabajadores; contrastando con el resultado de Díaz (2019) quién indica que el 86,3% de las MYPES cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores, asimismo, Correa (2019) refiere que el 100,0% de las MYPES tienen de 1 a 5

trabajadores, igualmente, Asunción (2018) señala que el 83,0% de las MYPES tienen de 1 a 4 trabajadores. La mayoría de las MYPES cuentan de 1 a 5 trabajadores, la cual demuestra que es necesario contar con una cierta cantidad de trabajadores para brindar una atención adecuada y así cumplir con las expectativas de los clientes.

Referente a las características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

El 93,3% de los gerentes encuestados planifican siempre los objetivos que desean alcanzar a fin de año (Tabla 8), coincidiendo con el resultado de los siguientes autores, Kanematsu (2019) menciona que el 90,0% de los representantes si realizan la planificación de objetivos, asimismo, Zapata (2018) indica que el 57,0% de los gerentes si realizan planificación de los objetivos que desean alcanzar, además, Rodríguez (2019) refiere que el 58,3% de los representantes siempre establecen los objetivos de su organización, igualmente, Asunción (2018) señala que el 49,0% planifican sus actividades mediante objetivos y estrategias definidas, asimismo, Honores (2019) refiere que el 60,0% de los empresarios cuentan con documentos de gestión como planes, metas y objetivos, coincidiendo también con Cuatrecasas y Gonzáles (2017) quiénes manifiestan en su libro que es preciso determinar los objetivos que se quieren alcanzar, eligiendo los métodos apropiados para lograrlo en el tiempo planificado. Los resultados reflejan que en su mayoría los representantes del rubro investigado planifican los objetivos que desean alcanzar porque entienden la importancia que tiene planificar para poder gestionar con mayor calidad y así posicionarse en el mercado, ello está acorde con lo que se refiere en la literatura, dado que al planificar sus objetivos trabajarán de una forma más ordenada, sin improvisaciones y no cometerán errores la cual incrementará su productividad.

El 80,0% de los representantes siempre registran los problemas identificados de su empresa (Tabla 9), resultado que coincide con Cuatrecasas y Gonzáles (2017) quiénes refieren en su libro que es preciso identificar, seleccionar los problemas generados, analizando las causas y efectos de las empresas, contrastando con Salazar (2019) quién manifiesta que el 46,6% de los gerentes a veces registran la situación actual de su empresa. Los gerentes en su mayoría registran los problemas de su empresa porque les sirve para buscar soluciones más adecuadas y así corregirlas en su debida oportunidad, ello está acorde con lo que se manifiesta en la literatura, al registrar los problemas se podrá identificar los puntos débiles de la empresa para proceder a solucionarnos en su debido momento.

El 96,7% de los representantes de las boutique encuestadas siempre eligen acciones para corregir los problemas identificados de su empresa (Tabla 10), resultado que coincide con Rodríguez (2019) quién manifiesta que el 66,7% de los representantes siempre eligen acciones correctivas frente a alguna falencia en el desarrollo de su organización, coincidiendo también con el libro de Cuatrecasas y Gonzáles (2017) quiénes señalan que es necesario estudiar y elegir acciones correctivas más adecuadas para solucionar de manera eficiente los problemas identificados; contrastando con Salazar (2019) quién refiere que el 36,6% de los gerentes casi siempre proyectan soluciones a las eventualidades que surjan en la organización. Los gerentes en su mayoría eligen acciones para corregir los problemas identificados de su empresa porque entienden la importancia que tiene elegir las acciones más adecuadas para proceder a corregirlas, la cual está de acuerdo con lo manifestado en la literatura, al elegir acciones correctivas se estará corrigiendo los problemas identificados de la empresa y de esta manera hacerles frente.

El 100,0% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas del rubro investigado siempre diagnostican las posibles soluciones de los problemas identificados en su

empresa (Tabla 11), resultado que coincide con el libro de Cuatrecasas y Gonzáles (2017) quienes mencionan que es preciso diagnosticar las posibles soluciones frente a los problemas de la empresa para poder aportar soluciones y medidas correctivas; contrastando con Rodríguez (2019) quien indica que el 50,0% de los representantes casi siempre diagnostican posibles soluciones frente a los problemas identificados dentro de su organización. Los gerentes de las MYPES en su mayoría diagnostican las posibles soluciones frente a los problemas identificados de su empresa, porque entienden la importancia que tiene diagnosticar soluciones para implementarlos dentro de su organización, la cual concuerda con lo planteado por Cuatrecasas y Gonzáles, al diagnosticar las posibles soluciones a los problemas que se identificaron se podrá solucionar e implementar las medidas correctivas más adecuadas.

El 93,3% de los representantes encuestados del rubro boutique siempre aplican acciones correctivas de acuerdo a lo planificado (Tabla 12), resultado que coincide con Rodríguez (2019) quien manifiesta que el 58,3% de los gerentes siempre documentan los procesos realizados en su empresa, asimismo, con Salazar (2019) quien menciona que el 88,9% si aplica las técnicas para la solución de problemas, también con Cuatrecasas y Gonzáles (2017) quienes refieren en su libro que es necesario llevar a cabo el trabajo y las acciones correctivas planeadas, para poder comprobar su eficiencia de lo planificado y así formalizar la acción de mejora; contrastando con Salazar (2019) quien señala que el 33,3% de los representantes casi nunca aplican soluciones de mejora continua. Los gerentes en su mayoría aplican acciones correctivas frente a lo planificado porque entienden la importancia que tiene aplicar la acción de mejora la cual va conducir al gerente a tomar mejores decisiones, ello concuerda con lo planteado en la literatura, al aplicar las acciones correctivas se podrá solucionar los diferentes problemas identificados de la empresa y de esa manera comprobar la eficiencia de lo planificado.

El 96,7% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique siempre realizan seguimiento a los resultados de las acciones correctivas implementadas en su empresa (Tabla 13), resultado que coincide con Rodríguez (2019) quién señala que el 75,0% de los gerentes siempre verifican el cumplimiento de los objetivos y estrategias de su empresa, coincidiendo también con Cuatrecasas y Gonzáles (2017) quiénes manifiestan en su libro que es necesario verificar y controlar los efectos y resultados que surjan en la aplicación de mejoras planificadas, contrastando con Salazar (2019) quién indica que el 46,7% de los representantes casi siempre verifican los resultados que se obtuvieron de las acciones establecidas. Los gerentes en su mayoría hacen seguimiento a los resultados de las acciones correctivas implementadas dentro de su empresa, porque entienden la importancia que tiene hacerlo dado que con ello podrán comprobar si los objetivos que se propusieron lo cumplieron o no, la cual concuerda con lo que se manifestó en la literatura, al hacer seguimiento a los resultados de las acciones correctivas implementadas se podrá verificar si se está cumpliendo con los objetivos marcados.

El 86,7% de los representantes encuestados siempre estandarizan las acciones de mejora para la solución de problemas (Tabla 14), resultado que coincide con Ruíz (2018) quién refiere que el 53,9% de los representantes siempre estandarizan los procesos claves de su empresa, coincidiendo también con el libro de Cuatrecasas y Gonzáles (2017) quiénes señalan que es necesario realizar la normalización mediante una documentación adecuada y formalización de todos los procesos de mejora; contrastando con Salazar (2019) quién manifiesta que el 36,7% de los gerentes casi siempre plantean nuevas estrategias de mejora en su organización, contrastando también con Rodríguez (2019) quién indica que el 25,0% de los encuestados casi siempre ponen en práctica lo aprendido en su organización. Los gerentes en su mayoría estandarizan las

acciones de mejora porque entienden la importancia que tiene solucionar los diferentes problemas que tenga la empresa, ello está acorde con lo que se manifiesta en la literatura, al estandarizar las acciones de mejora se podrá lograr mayor calidad en las actividades y de esta manera seguir compitiendo en el mercado.

Referente a las características de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique de la ciudad de Caraz.

El 93,3% de los gerentes encuestados de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique manifiestan que siempre sus instalaciones físicas están acorde a las expectativas del cliente (Tabla 15), resultado que coincide con los siguientes autores, Mendoza (2018) refiere que el 81,0% de los encuestados si cuentan con una infraestructura adecuada para la atención a los clientes, Honores (2019) señala que el 80,0% cuentan con una infraestructura en óptimas condiciones, Salazar (2019) menciona que el 66,7% de los representantes si cuentan con una infraestructura apropiada para la atender al cliente, también Ramírez (2017) manifiesta en su libro que es necesario medir la apariencia de las instalaciones físicas para cumplir con las expectativas del cliente. Los gerentes en su mayoría cuentan con instalaciones físicas acorde a las expectativas del cliente porque entienden la importancia que tiene contar con un establecimiento adecuado, agradable la cual impresione a los clientes, ello está acorde con lo manifestado en dicho libro, al contar con buenas instalaciones físicas se podrá cumplir con las expectativas del cliente dado que será un factor diferenciador de la competencia.

El 73,3% de los representantes encuestados refieren que siempre hacen uso de los equipos tecnológicos modernos (Tabla 16), resultado que coincide con Bereche (2019) quién menciona que el 94,0% si hacen uso de los equipos tecnológicos, asimismo, Ramírez (2017) señala en su libro que es necesario hacer uso de los equipos tecnológicos dentro de una

organización para llevar un mejor control de la parte administrativa de la empresa. Los gerentes en su mayoría hacen uso de los equipos tecnológicos modernos porque entienden la importancia que tiene usarlos dado que les ayuda a llevar un mejor control de la administración de su negocio, ello está acorde con lo que se manifiesta en la literatura, las organizaciones deben utilizar los equipos modernos para poder llevar una mejor administración de todos los procesos que realiza la empresa y así ser más competitivas en el mercado.

El 90,0% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique consideran que siempre la presentación del personal es importante para la atención al cliente (Tabla 17), resultado que coincide con Ramírez (2017) quién indica en su libro que es necesario que el personal tenga una buena apariencia para atender a los clientes, coincidiendo también con el libro de Izquierdo (2019) quién refiere que es necesario la buena imagen para la atención a los clientes, incluyendo aspectos estéticos y la personalidad; contrastando con López (2019) quién señala que el 48,3% de los encuestados están de acuerdo que el personal debe tener una apariencia pulcra para atender a los clientes. Los gerentes en su mayoría consideran que la apariencia del personal es muy importante porque entienden la importancia que tiene la imagen del personal ya que causará en el cliente una gran impresión de que la empresa es seria y responsable, ello está acorde con lo que se manifiesta en la literatura, las empresas deben exigir al personal que estén bien presentables para que trasmitan una buena primera impresión a los clientes y así ellos vuelvan a realizar sus compras al establecimiento.

El 100,0% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas del rubro investigado siempre ofrecen un servicio fiable y adecuado a los clientes (Tabla 18), resultado que coincide con López (2019) quién manifiesta que el 65,1% de los encuestados si brindan un servicio fiable y con prontitud, además, Bereche (2019) refiere que el 97,0% de los empresarios

son honestos con la información que brindan sobre las prendas de vestir, asimismo, coincide con Ramírez (2017) quién manifiesta en su libro que es necesario brindar una atención adecuada, sin cometer errores y demostrando un sincero interés en solucionar los problemas que pudieran tener los clientes, del mismo modo, coincide con el libro de Izquierdo (2019) quién manifiesta que es importante el trato adecuado a los clientes dado que es un factor diferenciador de la empresa con respecto a su competencia. Los gerentes en su mayoría brindan una atención fiable y adecuada a los clientes, porque entienden la importancia que tiene hacerlo dado que les permite diferenciarse de su competencia, la cual está de acuerdo con lo planteado en el artículo y el libro, al ofrecer un servicio fiable y adecuado el cliente quedará satisfecho con la atención brindada y por ende el cliente volverá hacer su compra por el trato que recibió en su compra anterior.

El 100,0% de los representantes encuestados del rubro investigado siempre se muestran disponibles para ayudar a los clientes (Tabla 19), resultado que coincide con López (2019) quién señala que el 60,5% de los encuestados siempre se muestran disponibles para ayudar a los clientes, igualmente, Honores (2019) menciona que el 60,0% de los trabajadores siempre se muestran generosos y atentos, asimismo, coincide con el libro de Ramírez (2017) quién manifiesta que es importante estar disponibles para apoyar a los clientes frente a las dudas que pudieran tener en el proceso de su compra. Los gerentes en su mayoría se encuentran disponibles para ayudar a los clientes porque entienden la importancia que tiene solucionar los diferentes inconvenientes y dudas que tengan los clientes para que queden satisfechos con el servicio brindado, ello está acorde con lo que se manifiesta en la literatura, al mostrar disponibilidad de ayuda a los clientes se estará resolviendo las diversas dudas que tengan y con ello favorecer de forma positiva para que la empresa tenga mayor incremento en sus ventas.

El 93,3% de los representantes encuestados del rubro boutique cuenta con trabajadores que siempre ofrecen una respuesta rápida ante los reclamos del cliente (Tabla 20), resultado que coincide con Mendoza (2018) quién señala que el 81,0% de los representantes ofrecen una respuesta rápida ante las sugerencias y reclamos del cliente, asimismo, Honores (2019) refiere que el 80,0% de los empresarios resuelven las quejas y reclamos de sus clientes, coincidiendo también con el libro de Ramírez (2017) quién manifiesta que es importante proporcionarles una respuesta rápida a los clientes frente a los reclamos y/o dudas que tengan; contrastando con el resultado de los siguientes autores, Bacca (2018) quién indica que el 66,7% de los representantes consideran que no es importante atender los reclamos y sugerencias de los clientes. Los gerentes en su mayoría ofrecen una respuesta rápida ante los reclamos, dudas e inquietudes de los clientes, porque entienden la importancia que tiene solucionar de manera rápida los reclamos y dudas que pudieran tener los clientes, ello está acorde con lo que se manifiesta en la literatura, al ofrecer una respuesta rápida se estará resolviendo muchas dudas que los clientes tengan sobre un determinado producto que desean adquirir y con ello transmitir una buena imagen al cliente.

El 93,3% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas manifiestan que siempre sus trabajadores inspiran confianza a los clientes (Tabla 21), resultado que coincide con Honores (2019) quién señala que el 100,0% de los clientes demuestran tener confianza a la empresa, asimismo, Ramírez (2017) refiere en su libro que es necesario que los clientes se sientan seguros, confiados con el servicio que se les brinda para que puedan retornar con confianza. Los gerentes en su mayoría cuentan con trabajadores de buena presencia la cual inspira confianza a los clientes y hace que la empresa se diferencie de los demás de su competencia, ello concuerda con lo manifestado en el libro, al inspiran confianza a los clientes se

estará posicionando de forma segura en la mente del cliente y por ende como fuertes competidores en el mercado.

El 100,0% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique siempre escuchan las quejas, sugerencias y reclamos de los clientes de manera asertiva (Tabla 22), resultado que coincide con los siguientes autores, Kanematsu (2019) manifiesta que el 90,0% de los gerentes si dan solución inmediata a los reclamos y sugerencias de los clientes, Salazar (2019) refiere que el 66,7% de los representantes tienen un personal entrenado para atender las sugerencias y reclamos de los clientes, Salas (2017) indica que el 63,6% gerentes si recogen las sugerencias y reclamos de los clientes, Honores (2019) señala que el 80,0% de los empresarios escuchan atentamente la quejas y reclamos de sus clientes, coincidiendo también con Ramírez (2017) quién manifiesta en su libro que es preciso escuchar los quejas y reclamos de los clientes de forma individualiza, personalizada, para luego proceder a resolverlos; contrastando con el resultado de Zapata (2018) quién señala que el 100,0% de los representantes nunca han recibido ningún reclamo en su negocio por parte de los clientes. Los gerentes en su mayoría escuchan las quejas, sugerencias y reclamos que pudieran tener los clientes, porque entienden la importancia que tiene hacerlo para poder considerarlo como una oportunidad de mejora y con ello satisfacer las expectativas de los clientes, ello está de acuerdo con lo previsto por Ramírez, al escuchar las quejas, sugerencias y reclamos de los clientes se estará solucionando e implementando las mejoras dentro de la empresa.

VI. Conclusiones

Con respecto al objetivo general, se describió los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020. Precizando que la mayoría de los representantes de las MYPES siempre cuentan con instalaciones físicas, equipos y personal de calidad, asimismo, resuelven las consultas y dudas de los clientes, además, los clientes siempre sienten que no corren ningún peligro dentro del establecimiento y por último los representantes inspiran confianza a los clientes. Por lo tanto, se puede afirmar que las Mypes de este rubro siempre brindan una buena atención a los clientes la cual les permite ser más competitivos en el mercado e incrementar sus ventas.

De acuerdo al primer objetivo específico, se listó las características de los representantes de las MYPES del rubro boutique de la ciudad de Caraz, donde la mayoría de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, son del género femenino, tienen entre 7 años a más de experiencia en el cargo, y cuentan con estudios de superior universitario. Por lo tanto, las Mypes de este rubro están dirigidas por jóvenes, con experiencia y capacidad de administrar su propio negocio.

Referente al segundo objetivo específico, se definió las características de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique, donde la mayoría de los representantes llevan entre 7 años a más de permanencia en el rubro, sus ventas incrementaron respecto al año 2019 y cuentan entre 1 a 2 trabajadores. Por tanto, las empresas del rubro boutique ya se encuentran posicionadas en el mercado dado que tienen clientes fidelizados y además de ello cuentan con

suficientes trabajadores para brindar una atención adecuada y de esta forma cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes.

Referente al tercer objetivo específico, se detalló la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique, donde la mayoría de los representantes aplican el círculo de calidad, por ello los resultados favorables a su empresa obedecen a una adecuada planificación, realización de acciones, comprobación de resultados y normalización de las acciones de mejora. Por tanto, las Mypes de este rubro en su mayoría cumplen con todas las etapas del ciclo Deming la cual les permite planificar cada uno de sus objetivos de manera ordenada, sin improvisar o cometer errores.

Referente al cuarto objetivo específico, se identificó los factores relevantes de la atención al cliente en las MYPES, donde la mayoría de los representantes cuentan con instalaciones físicas acorde a las expectativas del cliente, siempre hacen uso de los equipos tecnológicos modernos, también consideran que la presentación del personal es importante para la atención al cliente, siempre ofrecen un servicio fiable y adecuado, se muestran siempre disponibles para ayudar a los clientes, cuentan con trabajadores que brindan una respuesta rápida ante los reclamos, tienen trabajadores que inspiran confianza y finalmente siempre escuchan las quejas, sugerencias y reclamos de los clientes de manera asertiva. Por tanto, las Mypes de este rubro en su mayoría buscan siempre diferenciarse con la competencia para tener mayor productividad y crear en la mente del cliente una imagen positiva tanto del servicio y producto.

Aspectos complementarios

Recomendaciones

Respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro boutique de la ciudad de Caraz, se recomienda realizar cada cierto tiempo la medición de la satisfacción del cliente a través del cuestionario, las cuales les van a permitir ver si realmente se está logrando satisfacer o no, para emplear estrategias que ayuden a mejorar el nivel de satisfacción y así hacer la mejoras en las actividades respectivamente.

Con relación a las características de las MYPES, se recomienda a los gerentes que si cuentan con 2 o más trabajadores buscar generar la integridad del equipo para crear mayor confianza entre ellos y así mejorar la calidad del servicio al cliente.

En cuanto a las características de la gestión de calidad de las MYPES, se recomienda a los representantes contar con un plan de mejora para lograr una gestión más eficiente de la que ya está para mantener a los clientes satisfechos, además, elaborar documentos de gestión como el MOF y el ROF para que los trabajadores conozcan específicamente sus funciones y puedan brindar una atención de calidad a los clientes.

Finalmente, con respecto a las características de la atención al cliente, se recomienda a los representantes implementar un buzón de sugerencias para que puedan ofrecer al cliente la posibilidad de participar en los procesos de servicios, dado que con ello se conocerán los errores y dificultades que pueda tener la empresa.

Referencias bibliográficas

Alcalde San Miguel, P. (2019). *Calidad, fundamentos, herramientas y gestión de la calidad para pymes* (3 ed.). Ediciones Paraninfo SA.

<https://books.google.com.pe/books?id=sjqlDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Calidad,+fundamentos,+herramientas+y+gesti%C3%B3n+de+la+calidad+para+pymes&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiG75Cmn8v0AhU9K7kGHTrkAeIQ6AF6BAgKEAI#v=onepage&q=Calidad%20fundamentos%20herra>

Almendariz Sanz, J. L. (2019). *Gestión de la calidad y de la seguridad e higiene alimentarias* (2 ed.). Ediciones Paraninfo SA.

https://books.google.com.pe/books?id=8XyJDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Gesti%C3%B3n+de+la+calidad+y+de+la+seguridad+e+higiene+alimentarias&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Gesti%C3%B3n%20de%20la%20calidad%20y%20de%20la%20seguridad%20e%20higiene%20alim

Arbeláez Vejarano, C. y Hoyos Muñoz, E. (2017). *Sistema de gestión de calidad para la empresa de venta de ropa Liz Styles*. [Tesis de posgrado, Universidad Libre Seccional Pereira]. ULSP.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/16456/SISTEMA%20DE%20GESTI%C3%93N%20DE%20LA%20CALIDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Arenal Laza, C. (2019). *Gestión de atención al cliente / consumidor UF0036*. Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/122303>

Asunción Cruz, C. R. (2018). *La gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro boutiques, en el distrito de*

Trujillo 2017. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].

ULADECH.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16523/GESTION_CALIDAD_MYPERASUNCION_CRUZ_CARMEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bacca Arellano, L. E. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las*

MYPES del sector comercial rubro venta de calzado deportivo, distrito de Iquitos, año

2017. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3889/GESTION%20DE%20CALIDAD_ATENCION%20EN%20EL%20CLIENTE_SERVICIO_MYPER_ZAPATERIA_LUIS_ENRIQUE_BACCA_ARELLANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Becerra Elejalde, L. L. (2020, 21 de Julio). *Las ventas de ropa y calzado cayeron más de 80%*

por el efecto de la pandemia del covid. <https://www.larepublica.co/empresas/las-ventas-de-ropa-y-calzado-cayeron-mas-de-80-por-el-efecto-de-la-pandemia-3032917>

Bereche Ramos, K. d. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en*

las MYPE, rubro boutique del Centro Jr. Callao, Piura, año 2017. [Tesis de pregrado,

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14517/CALIDAD_CLIENTES_BERECHERAMOS_KANDI_DEL_ROSARIO.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Carvajal Martín, L. G., Ormeño Alonso, J. y Sanz Sumelzo, L. B. (2019). *Atención al cliente*.

Editorial Editex.

<https://books.google.com.pe/books?id=MYmXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=C>

arvajal+Martin,+Luis,+Gregorio%3B+Orme%C3%B1o+Alonso,+Josefa%3B+Sanz+Su
melzo,+Lidia,+Beatriz&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Carvajal%20Martin%
2C%20Luis%2C%20Gregorio%3B%20Orme%C

Castro Baque, M. E. (2020). *Propuesta de mejoras a la atención al cliente en la empresa Love By Sys S.A. de la ciudad de Guayaquil ubicada en la provincia de Guayas durante el periodo 2020*. [Tesis de pregrado, Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología]. ITB.

<https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/2751/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20CASTRO%20BAQUE.pdf>

Cerna Quiñones, L. D. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para niños, Centro Comercial Mercado Modelo, distrito de Chimbote, 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH.

http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/14410/ATENCION%20_AL_CLIENTE_CERNA_QUINONES_LESLY_DANIXA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chavarría Vilcatoma, R. C. (2020, 09 de Julio). Ley que promueve la reactivación de las micro y pequeña empresa - MYPE afectadas por la emergencia sanitaria del COVID-19. *Congreso de la República*, págs. 1-17.

https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL05734-20200709.pdf

Correa Baca, S. R. (2019). *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el mercado Los Ferroles, del distrito de Chimbote, año 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/22002/GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_Y_REPRESENTANTES_CORREA_BACA_SARA_ROSARIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cortés José, M. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Editorial ICB.

<https://elibro.net/es/ereader/uladech/56053>

Cuatrecasas, L. y Gonzáles Babón, J. (2017). *Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación* (5 ed.). España: Profit Editorial.

https://books.google.com.pe/books?id=k449DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Díaz Pretell, G. E. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, casco urbano, distrito de Chimbote, 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14321/ATENCION_CALIDAD_DIAZ_PRETELL_GLORIA_ESMIT.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gago Muñiz, M. (2017). *Técnicas de información y atención al cliente / Consumidor / Usuario*.

Editorial CEP S.L. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/51201>

González Gaya, C. y Manzanares Cañizares, C. (2020). *Sistema de gestión de la calidad ISO 9001. Guía de aplicación*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.

<https://elibro.net/es/ereader/uladech/162883>

Heredia Zamora, E. D. (2017). *Propuesta de acciones de mejoras para la atención al cliente en la boutique Azuza*. [Tesis de pregrado, Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología]. ITB.

<https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/186/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20HEREDIA%20ZAMORA.pdf>

Hernández Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Interamericana Editores S.A.

<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>

Honores Flores de Paz, S. J. (2019). *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES del sector comercio, rubro venta de ropas para caballeros, del distrito de Huaral, 2018*.

[Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/19525/ATENCION_AL_CLIENTE_HONORES_FLORES_%20DE_%20PAZ_SILVANA_JACQUELINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Huerta Rguez, I. (2017, 26 de Setiembre). *Beneficios de una buena atención al cliente*.

<https://nube.villanett.com/2017/09/26/beneficios-una-buena-atencion-al-cliente/>

Izquierdo Carrasco, F. A. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial*. IC Editorial.

<https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/113432/>

Jabaloyes Vivas, J., Carot Sierra, J. y Carrión García, A. (2020). *Introducción de la gestión de calidad*. Universidad Politécnica de Valencia.

<https://elibro.net/es/ereader/uladech/165233>

Kanematsu Grados, J. F. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutique para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9229/ATENCION_AL_CLIENTE_KANEMATSU_GRADOS_JACQUELINE_FIORELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

La República. (2019, 02 de Febrero). *Peruanos gastan en promedio hasta S/ 121 en tiendas de ropa y calzado*. <https://larepublica.pe/economia/1406031-peruanos-gastan-promedio-s-121-tiendas-ropa-calzado/>

Ladrón de Guevara, M. A. (2020). *Atención al cliente en el proceso comercial UF0349*. Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/126744>

Lizarzaburu, E., Chávez, M., Barriga, G. y Castro, G. (2018). *Gestión de operaciones y calidad* (1 ed.). Pearson Educación de Perú SA. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/136611>

López Antonio, L. (2019). *Gestión de calidad bajo el enfoque de calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de prendas de vestir e la ciudad de Huaraz, 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10669/CALIDAD_DE_SERVICIO_LUCY_LOPEZ_ANTONIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- López Salas, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Ediciones Paraninfo SA.
https://www.google.com/books/edition/Atenci%C3%B3n_al_cliente_consumidor_y_usuario/jpZODwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=Atenci%C3%B3n+al+cliente,+consumidor+y+usuario&printsec=frontcover
- Mancilla Franco, D. y Farías Chávez, C. (2018). *Propuesta de mejora en la gestión administrativa aplicados a catálogos de vestimenta*. [Tesis de maestría, Universidad de Guayaquil]. UG.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27672/1/Tesis%20Gestion%20Administrativa%20aplicados%20a%20catalogos%20de%20Ventas.pdf>
- Mateos de Pablo Blanco, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. IC Editorial.
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/124251>
- Mendoza Mallma, L. P. (2018). *Gestión bajo el enfoque en atención al cliente, en las MYPES del sector comercial, boutique para damas, distrito de Callería, año 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH.
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000048646>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo [MTPE]. (2019, 05 de Febrero). *Régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa*. <https://www.gob.pe/institucion/mtpe/informes-publicaciones/259272-regimen-laboral-especial-de-la-micro-y-pequena-empresa>
- Montoya Obregón, L. M. (2017). Régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa. *Soluciones laborales*, 10(112), 116-117.
https://issuu.com/lenincm/docs/04._abril_sol._lab._2017/92

Novillo Maldonado, E., Parra Ochoa, E., Ramón Ramón, D. y López Franco, M. (2017). *Gestión de calidad: un enfoque práctico* (1 ed.). Grupo Compas.

<https://isbn.cloud/9789942750679/gestion-de-la-calidad-un-enfoque-practico/>

Palacios Dongo, A. (2018, 18 de Agosto). *Perú: situación de las micro y pequeñas empresas*.

<https://www.expreso.com.pe/opinion/peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas/>

Palma Suárez, N. (2019). *Propuesta de mejora al servicio de atención al cliente de la empresa Milenita del Cantón, Guayaquil*. [Tesis de pregrado, Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología]. ITB.

<https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/2492/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20PALMA%20SUAREZ.pdf>

Pejerrey Cabanillas, P. K. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado, en el centro comercial Santa María de Chimbote, 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH.

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050476>

Polo Moya, D. (2021, 25 de Julio). *Estrategias de ventas de ropa ¡Vende más y mejor!*

<https://www.emprender-facil.com/estrategias-de-ventas-de-ropa/>

Ramírez Morales, G. H. (2017). *Marketing de servicios*. Fundación Universitaria del Área Andina.

<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1467/Marketing%20de%20Servicios.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Requejo Zavaleta, I. (2018). *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*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14877/ATENCION_AL_CLIENTE_REQUEJO_ZAVALITA_IVANY.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Rodríguez Pérez, C. P. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bazar tiendas de regalos del casco urbano distrito de Chimbote, 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. ULADECH.

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050450>

Ruiz Vargas, R. (2018). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercial, venta de ropa y accesorios, distrito de callería, año 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH.

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000048648>

Rumín Hermoso, J. M. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial*. Ediciones de la U.

<https://elibro.net/es/ereader/uladech/127111>

Salas Espinoza, C. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH.

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044826>

- Salazar Collazos, G. J. (2019). *Gestión de calidad bajo el enfoque del ciclo deming en las micro y pequeñas empresas del rubro venta al por menor de productos de calzados de la ciudad de Huaraz, 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050335>
- Salazar Trigoso, E. H. (2019). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las MYPES del sector comercial, boutique para damas, distrito de Yarinacocha, año 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/19841/ATENCION_CLIENTE_SALAZAR_TRIGOSO_ENITA_HAYDEE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Torres Gómez, C. A. (2018). *Gestión de la atención al cliente / Consumidor*. IC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/113435>
- Uribe Hernández, Y., Castagnola Sánchez, J., Tello Aguilar, C., Cabrejos Choy, J. y Alegría Cueto, O. (2020). *Las MYPES impacto en el desarrollo económico peruano*. Editorial Tecnocientífica Americana. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/174250>
- Zapata Diaz, D. M. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta de ropa para damas en el centro comercial "Los Ferroles" en el distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. ULADECH. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/24236/ATENCION_CALIDAD_DALILA%20_MONICA%20_ZAPATA_%20DIAZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Anexo B: Presupuesto

Presupuesto Desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
- Suministros (*)			
- Impresiones	0.10	30	3.00
- Fotocopias	0.05	100	5.00
- Empastado	20.00	3	60.00
- Papel Bond A-4 (500 Hojas)	0.10	500	50.00
- Lapiceros	1.00	3	7.50
Servicios			125.50
- Uso de turniting	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
- Pasajes para recolectar información	1.00	20	20.00
Sub total			20.00
Total, de presupuesto desembolsable.			145.50
Presupuesto No Desembolsable Universidad			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
- Uso de internet (laboratorio de aprendizaje digital - LAD).	30.00	4	120.00
- Búsqueda de información en base de datos.	35.00	2	70.00
- Soporte informático (módulo de investigación del ERP University - MOIC).	40.00	2	160.00
- Publicación de artículo en repositorio institucional.	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Total, de presupuesto no desembolsable.			400.00
Total (S/.)			545.50

Anexo C: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El siguiente cuestionario tiene como objetivo recoger información de los representantes de las MYPES del rubro boutique, para desarrollar el proyecto de investigación titulado: **CARACTERIZACIÓN DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS (BOUTIQUE) EN LA CIUDAD DE CARAZ, 2020.** Para obtener el grado académico de bachiller en ciencias administrativas; la información que usted proporcione será utilizado para fines académicos y de investigación. Se agradece anticipadamente la información que brinde.

Instrucciones: Sírvase a marcar con “X” la opción que usted considera.

CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. ¿Dentro de qué intervalo está ubicado su edad?
 - a) 18-30 años
 - b) 31-50 años
 - c) 51 años a mas
2. ¿A qué género pertenece?
 - a) Femenino
 - b) Masculino
3. ¿Cuántos años de experiencia tiene en el cargo?
 - a) 0-3 años
 - b) 4-6 años
 - c) 7 años a más.
4. ¿Cuál es su grado de instrucción?
 - a) Primaria
 - b) Superior no universitario
 - c) Superior universitario

CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS – BOUTIQUE.

5. ¿Cuántos años de permanencia tiene su empresa en el mercado?
 - a) 0-3 años
 - b) 4-6 años
 - c) 7 años a mas
6. ¿Sus ventas se incrementaron respecto al año anterior?
 - a) Sí
 - b) No
7. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?
 - a) 1-2 trabajadores
 - b) 3-5 trabajadores
 - c) 6 a más trabajadores

CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS – BOUTIQUE.

8. ¿Planifica los objetivos que desea alcanzar a fin de año?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
9. ¿Registra los problemas identificados de su empresa?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
10. ¿Elige acciones para corregir los problemas identificados en su empresa?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
11. ¿Diagnóstica las posibles soluciones de los problemas identificados en su empresa?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
12. ¿Aplica las acciones correctivas de acuerdo a lo planificado?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
13. ¿Realiza seguimiento a los resultados de las acciones correctivas implementadas en su empresa?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
14. ¿Estandariza las acciones de mejora para la solución de problemas en su empresa?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca

CARACTERÍSTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS – BOUTIQUE.

15. ¿Sus instalaciones físicas están acorde a las expectativas del cliente?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
16. ¿Hace uso de los equipos tecnológicos modernos en su empresa?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
17. ¿La presentación del personal es importante para la atención al cliente?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
18. ¿Ofrece un servicio fiable y adecuado a los clientes?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
19. ¿Se muestra disponible para ayudar a los clientes?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
20. ¿Sus trabajadores ofrecen una respuesta rápida ante los reclamos del cliente?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
21. ¿Sus trabajadores inspiran confianza a los clientes?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
22. ¿Escucha las quejas, sugerencias y reclamos de los clientes de manera asertiva?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca

Anexo D: Relación de las micro y pequeñas empresas encuestadas

N°	Apellidos y Nombres	Razón social del contribuyente	Dirección
1	Alberto Martínez Jean Harold	Boutique Mosh	Jr. Grau N°719-Segundo piso
2	Alvarado Guerrero Mijael Hever	Moda & Estilo M&V	Jr. Alfonso Ugarte 1C
3	Araucano Maguiña Max	Multiservicios Francis Sport	Jr. Sucre N°309
4	Capra Oro Gloria Violeta	Cielito Fashion	Jr. La Mar S/N
5	Chávez Villón Víctor	Confecciones Elegancia	Jr. Sucre N°518
6	Cirilo Coraje Silvia Magali	Bazar Magui	Jr. Sucre N°910
7	Cotriño Sandonaz, Marita Aeropajita	Multiservicios Mary Cotriño	Jr. Sucre N°1311
8	Cutimanco Titalo Isidoro Toribio	Multiservicios y Novedades M&R	Jr. Mariscal Castilla N°535
9	Dueñas Leyva Roxana	Multiservicios Aleska y Danna	Jr. Santa Cruz Cuadra 3
10	Espinoza Mendoza Florencio	Inversiones Jhordy y Hermanas	Jr. La Mar 316
11	Gómez Polo Pamela	Boutique Kristel	Jr. Bolognesi N°905
12	Gonzales Fernández Michel	Inversiones Gonfer	Jr. Sucre S/N
13	Guerrero Tarazona Yojany Asunción	El Baúl Infantil	Jr. Alfonso Ugarte N°220
14	Jara Jara Liseth Rosmery	Boutique Mikela	Jr. San Martín N°711
15	Justo Valladares Maricielo Yamira	D&J King and Queen Fashion	Jr. Alfonso Ugarte N°131
16	Liñán Capra Betty Norita	Full Modas Xiomara	Jr. Grau (Frente a la UGEL)
17	Macedo Trejo Vanessa Jacqueline	Tiendas M&V	Jr. Alfonso Ugarte 1b
18	Morales Vigo Fiorella	Glamour Moda y Estilo	Jr. San Martín N° 901
19	Paredes Carahuanco Mishell Estephania	Warmi Fashion	Jr. Grau S/N - Frente a caja del santa
20	Pereyra Valladares Tahirt Sonis	Stilos D&L	Jr. Miguel Grau N°605
21	Pimentel Morales Marjorie Vanessa	Boutique Marjorie	Jr. Alfonso Ugarte S/N
22	Quijano Acuña Ynocencia Liliana	Mil Detalles	Jr. Sucre N°564
23	Quispe Elquera Yeraldine Laura	Laura Fashion	Jr. Alfonso Ugarte S/N Urb. Las palmeras Caraz
24	Regalado Palero Luz Graciela	Novedades Darin	Av. Alfonso Ugarte N°315
25	Solorzano Espinoza Joshelyn María	Comercial Benjamín	Jr. Santa Cruz N°307
26	Valdez Ibáñez Wilder Juan	Creaciones Mi Reyna	Jr. La Mar 225
27	Valdivia Granados Yarela	Comercial Yarela	Jr. Santa Cruz
28	Vargas Carrasco Edith Fortunata	Exclusividades Edit	Jr. Grau N°717
29	Vitanea Paulino Alexis Williams	New Face	Jr. Alfonso Ugarte S/N
30	Guerrero Zacarias Enma Edita	Ecomoda	Jr. Grau N°309

Anexo E: Consentimiento informado.**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS****(Ciencias Sociales)**

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Alberto Martinez Jean Harold

Fecha: 22-10-2020

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Miguel Alvarado Guerrero

Fecha: 26/10/2020

Correo electrónico: Miguelheuer@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

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



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

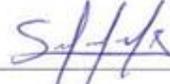
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Max Araucano Maguina

Fecha: 26-10-2020

Correo electrónico: Francis.Aventura@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Copra Oro Gloria Violeta .

Fecha: 12 - 10 - 2020 .

Correo electrónico: g copra oro @gmail . com .

Firma del participante: Gloria Violeta

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



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Vicente Chavez Villon

Fecha: 26-10-20

Correo electrónico: —

Firma del participante: [Firma]

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



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: “Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020” y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Cirilo Concha Silva Magale

Fecha: 26 de OCTUBRE DEL 2020

Correo electrónico: MP601611_9@hotmail.

Firma del participante: [Firma manuscrita]

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



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 121181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Mariela Acropajila Cotino Sandoval

Fecha: 26/10/20

Correo electrónico: Mariacotino5@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: ESidoro Tonobio Cutimanco Tictalo

Fecha: 24/10/20

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación, es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Roxana Dueñas Jeyra.

Fecha: 24/10/20.

Correo electrónico: Roukeel_17@hotmail.com.

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: “Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020” y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Florencia Espinoza Mendoza

Fecha: 12-10-20

Correo electrónico: @hc-flores-em-68@hotmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

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



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 121181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Pamela Gomez Polo

Fecha: 26-10-2020

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 121181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Michel Gonzales Fernandez

Fecha: 26-10-2020

Correo electrónico: mich=1487@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Jojany Asunción Guerrero Tarazona

Fecha: 26-10-2020

Correo electrónico: jojany.tarazona@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

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



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Liseth Rosmery Jara Jara

Fecha: 22 de Octubre del 2020

Correo electrónico: rosmy-93-25@hotmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

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



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Justo Valladares Marcelo Yamera

Fecha: 24-10-2020

Correo electrónico: cieloju21@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

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



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Lizán Capa Bety Nauta

Fecha: 23-10-20

Correo electrónico: -

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

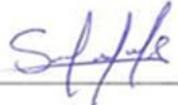
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Macedo Trojo Vanessa Jacqueline

Fecha: 26/10/2020

Correo electrónico: Vanessa MU@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Fiorella Morales Vigo

Fecha: 12-10-20

Correo electrónico: fiorella.jermy@hotmail.com

Firma del participante: [Firma]

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



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Esther Carahuanco Abrego

Fecha: 24 de Octubre 2020

Correo electrónico: Karluxe.27@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: “Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020” y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Tahiri Sonis Pereyra Valladares.

Fecha: 24-10-2020

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Marysue Pimentel Morales

Fecha: 22-10-20

Correo electrónico: _____

Firma del participante: Marysue Pimentel

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Sofía



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Quijano Panto Yasucuro Lima

Fecha: 26 - 10 - 2020

Correo electrónico: liliana-quij@Hotmail.com

Firma del participante: [Firma]

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



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Xeraldina Laura Quispe Elguero.

Fecha: 26-10-2020

Correo electrónico: Yeral.elguera@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Luz Teraciela Regalado Palero

Fecha: 26-10-2020

Correo electrónico: —

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Solaszano Espinoza Jashelyn María

Fecha: 24-10-20

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Wilder Tony Valdez Tgancz

Fecha: 24-10-2020

Correo electrónico: _____

Firma del participante: [Firma]

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



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

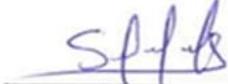
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Yarela Valdivia Granados

Fecha: 22 - 10 - 2020

Correo electrónico: Yarela.2918@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: EDIT F. VARGAS CARRASCO

Fecha: 24-10-2020

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 121181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Alexis Vinataca Paulino

Fecha: 12-10-2020

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020" y es dirigido por Dolores Arellan Liz Soledad, estudiante investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados (boutique) en la ciudad de Caraz, 2020.

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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 1211181091@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Emma Editha Guerrero Zaccari

Fecha: 27-10-20

Correo electrónico: emjge205@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 