



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE

ADMINISTRACIÓN

**PROPUESTA DE MEJORA EN LA SATISFACCIÓN DEL
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA
MYPE DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO AUTO
ACCESORIOS, CASO: LOS GEMELOS S.A.C. DEL
DISTRITO DE JULIACA, 2022.**

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

AUTOR:

PONCE LUQUE, SAMUEL

ORCID: 0000-0001-8314-9633

ASESORA:

RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA

ORCID: 0000-0002-5034-7024

CAÑETE – PERÚ

2022

Equipo de trabajo

AUTOR

Ponce Luque, Samuel

Código ORCID **0000-0001-8314-9633**

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, estudiante de
pregrado, Cañete, Perú.

ASESOR

Ralli Magipo, Lisbeth Giovanna

Código ORCID 0000-0002-5034-7024

Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote, Facultad de
Ciencias e Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Cañete,
Perú.

JURADO

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

Código ORCID N° 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José German

Código ORCID N° 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

Código ORCID N° 0000-0003-1132-2243

Firma del Jurado y Asesor

Rosillo de Purizaca, Marial del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, Jose German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Ralli Magipo: Lizbeth Giovanna

ORCID: 0000-0002-5034-7024

AGRADECIMIENTO

A Dios por la salud y vida que me permiten seguir en pie de lucha hacia el logro de mis metas. A mis padres por el esfuerzo y sus grandes consejos. A la universidad, y a la docente del curso por sus conocimientos compartidos y ser guía en el desarrollo de mi tesis. A todas las personas que de alguna forma siempre me están brindando su apoyo incondicional.

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar una propuesta de mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la Mype del sector servicio, rubro auto accesorios, caso: los gemelos SAC. distrito de Juliaca, 2022. Metodología: tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño Transversal no experimental, la Población 8 socios y 120 clientes, Muestra 08 socios y 92 clientes, se usó cuestionario con 16 preguntas para clientes y 10 preguntas para socios, los resultados mostraron que el 37% casi siempre considera que después de la atención brindada como cliente siempre queda conforme, 43% siempre considera que la percepción que tiene ahora sobre el servicio es acorde a lo que esperaba, 51% respondió que siempre recomendaría a la empresa por su calidad de servicio, siempre recibió recomendaciones u opiniones de terceras personas, 48% está satisfecho con los resultados obtenidos, 47% siempre el personal fue capaz de resolver algunas dudas a la hora de adquirir el producto, 53% siempre regresaría en otras oportunidades, 36% los colaboradores siempre resuelven dudas lo más pronto posible, 63% siempre tuvo dificultades con el personal para implementar la gestión de la calidad, 50% considera que los clientes están satisfechos con el servicio recibido,. En conclusión, se determinó plantear una propuesta de mejora en satisfacción del cliente y gestión de calidad en los siguientes aspectos. Deficiencias en atención al cliente crea insatisfacción, Poco conocimiento del termino de gestión de calidad por parte de los socios y deficiencias al utilizar técnicas para medir los resultados

Palabras claves: calidad, cliente, gestión, satisfacción.

Abstract

The general objective of this research work was to determine a proposal to improve customer satisfaction for quality management in the Mype of the service sector, auto accessories category, case: the SAC twins. Juliaca district, 2022. Methodology: quantitative type, descriptive level, non-experimental cross-sectional design, Population 8 partners and 120 clients, Sample 08 partners and 92 clients, questionnaire with 16 questions for clients and 10 questions for partners, the results showed that 37% almost always consider that after the service provided as a customer they are always satisfied, 43% always consider that the perception they now have about the service is in line with what they expected, 51% responded that they would always recommend the company for their quality of service, they always received recommendations or opinions from third parties, 48% are satisfied with the results obtained, 47% the staff was always able to resolve some doubts when purchasing the product, 53% would always return on other occasions, 36% collaborators always resolve doubts as soon as possible, 63% always had difficulties with staff to implement quality management, 50% considers that customers are satisfied with the service received. In conclusion, it was determined to propose a proposal for improvement in customer satisfaction and quality management in the following aspects. Deficiencies in customer service create dissatisfaction, Little knowledge of the quality management term by partners and deficiencies in using techniques to measure results

Keywords: quality, customer, management, satisfaction.

Contenido (índice)

Equipo de trabajo	ii
Firma del Jurado y Asesor	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen.....	v
Abstract	vi
Índice de Tablas	ix
Índice de figuras.....	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN LITERARIA	10
2.1. Antecedentes.....	10
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	22
2.2.1. Satisfacción del Cliente	22
2.2.2. Gestión de calidad.....	25
2.2.3. Las Micro y Pequeñas Empresas	28
2.3. Marco Conceptual.....	30
III. HIPÓTESIS	32
IV. METODOLOGÍA	33
4.1. Diseño de la investigación	33
Tipo de investigación.....	33
Nivel de investigación de la tesis.....	33
4.2. Universo y muestra	34
4.2.1. Población	34
4.2.2. Muestra.	34
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	36
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
4.5. Plan de análisis.....	38
4.6. Matriz de consistencia.....	39
4.7. Principios éticos.....	40
V. RESULTADOS.....	42
5.1. Resultados.....	42
5.2. Análisis de resultados	68

VI. CONCLUSIONES	70
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	71
Propuesta de mejora.....	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	74
ANEXOS	76
Cronograma de actividades.....	76
Presupuesto	77
Instrumento de recolección de datos.....	78
Consentimiento informado	80

Índice de Tablas

Tabla 1. Después de la atención brindada usted como cliente queda conforme.	42
Tabla 2. La percepción que usted tiene sobre el servicio es acorde a lo que esperaba	43
Tabla 3. Usted recomendaría a la empresa por su calidad de servicio.	44
Tabla 4. Usted recibió recomendaciones u opiniones de terceras personas como amigos y/o familiares, para concurrir a la empresa.....	45
Tabla 5. Está satisfecho con los resultados obtenidos, por el buen servicio.....	46
Tabla 6. El personal fue capaz de resolver algunas dudas al adquirir el producto.....	47
Tabla 7. Según su percepción, usted regresaría en otras oportunidades.....	48
Tabla 8. Los colaboradores resuelven sus dudas lo más pronto posible.	49
Tabla 9. La atención por parte de los colaboradores es inmediata.....	50
Tabla 10. La empresa cumple con lo prometido en ofertas, promociones, entre otros.	51
Tabla 11. Las promesas efectuadas por los colaboradores se cumplen.	52
Tabla 12. El colaborador le brinda información oportuna sobre los productos.....	53
Tabla 13. La empresa cumple con sus expectativas para recomendar a terceras personas.	54
Tabla 14. De acuerdo a la calidad de producto y atención usted recomendaría.	55
Tabla 15. La calidad del producto cumple más allá de sus expectativas al ser adquirido	56
Tabla 16. La atención y calidad del producto cumple con sus expectativas como cliente.	57
Tabla 17. Conoce el termino de gestión de calidad.....	58
Tabla 18. Tiene dificultades con el personal para implementar la gestión de la calidad .	59
Tabla 19. Utiliza técnicas para medir el desempeño laboral	60
Tabla 20. Contribuye con la satisfacción al cliente.....	61
Tabla 21. Considera que sus clientes están satisfechos con el servicio recibido	62
Tabla 22. Considera que sus clientes están satisfechos con la fiabilidad	63
Tabla 23. Considera que sus clientes están satisfechos con la seguridad que le brinda ...	64
Tabla 24. Considera que sus clientes están satisfechos con la empatía que le brinda.....	65
Tabla 25. Planifica la implantación de nuevas mejoras	66
Tabla 26. Tiene un control de deficiencia (buzón de sugerencias)	67

Índice de figuras

Figura 1. Después de la atención brindada usted como cliente queda conforme.....	42
Figura 2. La percepción que usted tiene sobre el servicio es acorde a lo que esperaba ...	43
Figura 3. Usted recomendaría a la empresa por su calidad de servicio.....	44
Figura 4. Usted recibió recomendaciones u opiniones de terceras personas como amigos y/o familiares, para concurrir a la empresa.....	45
Figura 5. Está satisfecho con los resultados obtenidos, por el buen servicio.	46
Figura 6. El personal fue capaz de resolver algunas dudas al adquirir el producto.	47
Figura 7. Según su percepción, usted regresaría en otras oportunidades.	48
Figura 8. Los colaboradores resuelven sus dudas lo más pronto posible.	49
Figura 9. La atención por parte de los colaboradores es inmediata.	50
Figura 10. La empresa cumple con lo prometido en ofertas, promociones, entre otros...	51
Figura 11. Las promesas efectuadas por los colaboradores se cumplen.	52
Figura 12. El colaborador le brinda información oportuna sobre los productos.....	53
Figura 13. La empresa cumple con sus expectativas para recomendar a terceras personas.....	54
Figura 14. De acuerdo a la calidad de producto y atención usted recomendaría.	55
Figura 15. La calidad del producto cumple más allá de sus expectativas al ser adquirido.....	56
Figura 16. La atención y calidad del producto cumple con sus expectativas como cliente.	57
Figura 17. Conoce el termino de gestión de calidad	58
Figura 18. Tiene dificultades con el personal para implementar la gestión de la calidad	59
Figura 19. Utiliza técnicas para medir el desempeño laboral	60
Figura 20. Contribuye con la satisfacción al cliente	61
Figura 21. Considera que sus clientes están satisfechos con el servicio recibido.....	62
Figura 22. Considera que sus clientes están satisfechos con la fiabilidad.....	63
Figura 23. Considera que sus clientes están satisfechos con la seguridad que le brinda..	64
Figura 24. Considera que sus clientes están satisfechos con la empatía que le brinda. ...	65
Figura 25. Planifica la implantación de nuevas mejoras	66
Figura 26. Tiene un control de deficiencia (buzón de sugerencias).....	67

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, las micro y pequeñas empresas (Mypes) son organizaciones socioeconómicas que tienen una influencia significativa en las economías de todo el mundo. No necesitan de mucha inversión, así mismo una mínima estructura organizacional y mucha flexibilidad en la adaptación a circunstancias cambiantes.

Cien (2019). A nivel internacional, las MIPYMES son uno de los pilares económicos de la empleabilidad, ya que representan el 99% de todas las empresas y el 77% del empleo, pero su participación en el PIB cae al 51%, mientras que las exportaciones representan solo el 11%, lo que representan menos de la mitad (41%) de la productividad de las grandes empresas, especialmente en América Latina.

Se pueden inferir generalizaciones importantes a partir de comentarios específicos en el mundo global. En los EE. UU., el 99 % de las empresas son MIPYME, que proporcionan alrededor del 75 % de todos los nuevos puestos de trabajo creados cada año en la economía nacional; Estas empresas emplean al 50,1% de la mano de obra privada. El análisis muestra que el 40,9% de las ventas privadas son pequeñas empresas, lo que refleja su importancia. Sin embargo, los datos muestran que en los Estados Unidos. El 40% de las MIPYMES muere antes de los 5 años, 2/3 pasan a la segunda generación y solo el 12% sobrevive a la tercera generación (US Small Business Administración, 2011).

En el Perú las Mypes representan por encima del 98% del total de las empresas, el 85% de la población económicamente activa y un 61% es parte del producto bruto interno, lo que convierte en las mayores empresas que generan empleo en nuestra economía. Si aumentamos las MYPE del 98% a nivel nacional al 100%, somos 97% micro y 3% pequeñas. Además, el 75% del 97% de las micro y pequeñas empresas son

informales y el 25% formales. El 80% de las pequeñas empresas son formales y el 20% informales, respectivamente. El 80% son pequeñas y microempresas de uso privado y el 20% son micro y pequeñas empresas con fines lucrativos (ComexPeru 2020).

Un sistema de gestión de la calidad es la forma en que una organización dirige y supervisa las actividades comerciales relacionadas con la calidad. Consiste en una estructura organizacional que integra planes, procesos, recursos y documentos para lograr metas de calidad, mejorar productos y servicios, y satisfacer las necesidades de los clientes, aumentando así la capacidad para su desempeño y con ello las utilidades de la empresa.

Los empresarios carecen de conciencia empresarial y falta de información empresarial que conduzca a una gestión eficaz y competente, aceptan ser eficaces en un entorno cambiante, esta deficiencia se manifiesta en demasiadas empresas y los recursos empresariales informales no sirven para probar su posición y desarrollarse en el campo económico. Al utilizar herramientas informáticas para procesar toda la información financiera de la empresa, como estados financieros e indicadores para la toma de decisiones, la consecuencia de este aspecto es la baja rentabilidad.

Minagri (2015). Al 2014 en el Perú existían 1.592.232 empresas oficiales, distribuidas en número de empresa. en la región peruana, con evidencia de las micro y pequeñas empresas (MYPE) A nivel nacional, existe un fenómeno que abarca a más del 99% de la industria. En consecuencia, las MYPE juegan un papel importante en la estructura empresarial del Perú ya que son las principales generadoras de empleo (86.0% del empleo del sector privado y 58.6% del empleo de la PEA en 2014. 2015). Sin embargo, debido a la baja productividad, este sector contribuye poco al ingreso

nacional. Se estima que las MYPE representan solo el 23,5% del valor agregado total de las empresas privadas formales.

Esto nos muestra la importancia de las MYPE a nivel país, aunque no todas han funcionado hasta el momento y pueden haber surgido nuevas porque las MYPE tienen una tasa de mortalidad y natalidad única, muy diferenciada porque las personas quieren crear sus propios empleos. La mayoría de los empresarios tienen un conocimiento técnico profundo, pero existe resistencia a delegar responsabilidades porque el jefe de la MYPE no confía en sus empleados y piensa que solo él puede resolver el problema. Por su parte, Huaruco (2014) afirma que más del 80% de las MYPE peruanas realizan sus operaciones de forma intuitiva y carecen de los elementos necesarios para competir en un mercado globalizado, como el de las escuelas de orientación nacional, destacando la importancia de este estudio.

Cuando se trata de amenazas y oportunidades externas, estos son los dos términos clave en los estudios de planificación estratégica de las MYPE. En Perú, la categoría MYPE Restaurant-Pollerías o Pollerías es una empresa que tiene más de 60 años y es considerada patrimonio cultural por el INC y atrae nuevos inversionistas cada año. Esto se debe a que el pollo a la parrilla es considerado la mejor opción para las familias peruanas. Se estima que cada año se abren alrededor de 8.000 pollerías en todo el país, pero no todos funcionan, principalmente debido a la dura competencia. Para hacer esto, debe tener una mejor comprensión de la idea comercial que está tratando de hacer y estar informado sobre las situaciones que los inversores pueden encontrar.

Para las MYPE, los propietarios avícolas deben reflexionar más sobre las variables de esta investigación y desarrollar un plan de negocios que les ayude a

fortalecerse y no fracasar en el mercado, ya que cada año incrementan su actividad en este rubro gracias a la información que reciben.

Según el Ministerio de Trabajo y Empleo en su “Boletín de Estadísticas Ocupacionales” (2007), debido al impulso de una red de crianza de pollos, sus ventas aumentaron debido a la temporada alta y la apertura de nuevas tiendas. Las cadenas de comida rápida aumentaron el empleo a medida que aumentaba la demanda de estos productos, lo que obligó a contratar personal de atención al cliente, especialmente durante los períodos de mayor venta como las temporadas largas de vacaciones, fechas y aniversarios.

El microempresario de Juliaca que quiere triunfar como emprendedor necesita mucha experiencia y una meta bien planificada para concretar su idea de negocio. Es importante capacitar y seleccionar adecuadamente a sus empleados, por ejemplo, motivándolos para lograr los beneficios deseados.

Por tal motivo, el investigador tiene razones para creer que este estudio ayudará a abordar los problemas actuales de satisfacción del cliente en la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas en el campo del servicio de autopartes; será capaz de identificar y recomendar alternativas para mejorar la satisfacción del cliente. Se tuvo en cuenta la metodología: el tipo de estudio es cuantitativo, el nivel de estudio es descriptivo, el diseño es transversal - no experimental y tiene como objetivo determinar una propuesta de mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la Mypes, rubro auto accesorios, caso: Los Gemelos SAC del distrito de Juliaca, 2022, se utilizó como método de recolección la técnica de la encuesta, que consta de un cuestionario de 16 preguntas aplicado a clientes y 10 preguntas aplicados

a los propietarios, con el fin de conocer la opinión de los clientes y recolectar datos para el análisis de las variable satisfacción del cliente y gestión de calidad.

El siguiente trabajo de investigación propone la mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la Mype del sector servicio, rubro auto accesorios, caso: los gemelos SAC del distrito de Juliaca, 2022. Actualmente, los problemas de muchas empresas del campo están limitando el daño económico por los problemas de salud que sufrimos por el COVID19, por lo que se requiere una investigación acerca de la satisfacción del cliente para la gestión de la calidad y de acuerdo a los resultados presentar una propuesta de mejora.

Herrera (2020). El COVID-19 ha tenido un severo impacto económico en nuestro país y el mundo, con consecuencias catastróficas imprevistas pero impredecibles para el futuro. Una señal de que esto supondrá una auténtica ralentización de las economías de EE. UU. y Reino Unido, e incluso de China (recordemos el impacto de la actual guerra comercial entre EE. UU. y China) y un duro golpe para la UE, que vive de cara a los cambios. cerca del oeste. Un ejemplo interesante es el Reino Unido: el gobierno pagará el 80% de los salarios, hay una gran cantidad de trabajadores autónomos que no aplican ni siquiera en sus propias empresas, o el reciente bono anunciado Trump para los estadounidenses.

No es necesario analizar este aspecto. En Perú, como en 184 países que sufren de depresión, las personas se ven obligadas a trabajar desde casa o no pueden ir a trabajar. Las personas que trabajan desde casa o por cuenta propia son poco productivas, y las que no pueden trabajar reciben algún sueldo (o porcentaje) o nada. Esto demuestra que la seguridad económica de las personas está en riesgo. Eso sugiere que se debe considerar el impacto global de la crisis. ¿Cómo te sentirías en otros

países? ¿Se puede comparar esto con la crisis de 2008/9? ¿Quién será el más afectado y cómo afectará a la economía y el mercado más grande del mundo?

En cuanto al impacto local, se puede observar que la demanda interna disminuye en los eslabones comerciales y productivos, restringe los viajes, genera interrupciones en el suministro y afecta la salud de las personas. El gobierno peruano, que no fue cuidadoso en su política pública anterior, ha priorizado operaciones de ayuda alimentaria para grupos vulnerables, trabajadores o migrantes en estado irregular o desplazado activo, una población muy pobre y dependiente de los recursos día a día.

Otro dependiente es la mejora de las PYME, el uso de CTS, no pago de créditos y servicios, y la asignación de presupuesto a los gobiernos regionales y las autoridades locales para garantizar el apoyo alimentario, lo que permite la plena operación de logística y cursos económicos en todos los territorios nacionales.

Finalmente, ciertamente no hay duda de que no es solo la economía de Perú y se verá afectada por el COVID-19, pero con respecto al caso peruano el PIB crecerá, pero menos de lo esperado. Por otro lado, los más afectados por trabajadores y migrantes no formales de la industria, la mayoría de la actividad económicamente activa (PEA) debido a la cuarentena, incluso si todos no están satisfechos. A esto se suma la suspensión de las AFP estimado para abril, subsidios generales y el bono económicas para la población vulnerable. La agricultura agrícola será limitada y pesca, donde somos uno de los mayores productores del mundo del mundo (900 mil toneladas en 2019), que se pospondrán al comenzar en abril. Podemos concluir que el costo de esta epidemia es alto para el Perú porque el gobierno peruano y las políticas estatales no previeron esta posibilidad.

Gutierrez & Cannarozzo (2018). En su revista “gestión de calidad” nos indica que el primer país que SAC el concepto sobre gestión de calidad vendría a ser Japón. Deming funda que el control de calidad ya sea estadístico y promete que se penetra con totalidad los conceptos de calidad (p. 37).

El factor más importante en una entidad son los clientes. Asimismo, Gonzalez (2015) afirma que las estrategias de la calidad de servicio ayudan a mejorar, no solo la atención, sino también la fidelización; y, además, que superan las expectativas de sus clientes. Como organizaciones inteligentes se debe buscar complacer y entregar más de lo que prometieron, Ibarra & Casas (2015).

Velázquez y Barletta (2020). gestión de calidad contempla el sistema utilizado para evaluar las tendencias y medir los resultados obtenidos en la gestión de calidad, seguridad, productividad y los aspectos económicos y financieros relacionados con los procesos, productos y servicios. Analiza en qué medida los resultados son consecuencia de la aplicación de los criterios anteriores. Evalúa de qué manera los indicadores cuantitativos y cualitativos reflejan las necesidades y expectativas de los clientes y de la sociedad, así como los objetivos de la institución. Estudia los resultados concretos de los indicadores y las tendencias y su comparación con los obtenidos por otras organizaciones semejantes (p.143). por tales razones se planteó el siguiente Enunciado del problema: ¿Cuál es la propuesta de mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la Mype del sector servicio, rubro auto accesorios, caso los Gemelos SAC del distrito de Juliaca 2022? Para resolver el problema se planteó el siguiente objetivo: Determinar una propuesta de mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la Mype, rubro auto accesorios, caso: Los Gemelos SAC del distrito de Juliaca, 2022. Par alcanzar el objetivo general se definieron los

siguientes objetivos específicos: Describir la satisfacción del cliente en la Mype del sector servicios, Rubro Auto Accesorios, Caso: Los Gemelos SAC. del distrito de Juliaca, 2022, Determinar las características de la gestión de calidad de la Mype del sector servicios, Rubro Auto Accesorios, Caso: Los Gemelos SAC. del distrito de Juliaca, 2022, Elaborar la propuesta de mejora de la Mype del sector servicios, Rubro Auto Accesorios, Caso: Los Gemelos SAC. del distrito de Juliaca, 2022. Se justifica teóricamente la investigación por que se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente sobre la propuesta de mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad, los resultados pueden ser sistematizados en una propuesta, para ser incluida como conocimiento a las ciencias. Justificación práctica, el presente trabajo de investigación se realiza con el propósito de elaborar y proponer la mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la Mype del sector servicio, rubro auto accesorios, caso: los gemelos SAC del distrito de Juliaca, 2022. De igual manera el presente trabajo permitirá indagar y conocer acerca de satisfacción del cliente para la gestión de la calidad y elaborar una propuesta de mejora el cual servirá para una mejor decisión en cuanto a la gestión de la calidad se refiere. Justificación Metodológica, Desde un punto de vista metodológico, proporciona herramientas de recogida de datos sujetas a verificación y fiabilidad, ya que se ha diseñado y aprobado una herramienta específica de propuesta de mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad. Esto servirá como guía para otros investigadores, ya que proporciona información y sugerencias para el problema en sus conclusiones. Del 100% de encuestados, el 42% considera que después de la atención brindada como cliente siempre queda conforme, 51% que siempre recomendaría a la empresa por su calidad de servicio, 48% siempre está satisfecho con los resultados obtenidos por el buen

servicio, 47% el personal fue capaz de resolver algunas dudas a la hora de adquirir el producto, 36% considera siempre los colaboradores resuelven sus dudas lo más pronto posible, 50% de los socios casi siempre conoce el termino de gestión de calidad, 63% siempre tuvo dificultades con el personal para implementar la gestión de la calidad, 63% considera siempre que sus clientes están satisfechos con la seguridad que le brinda la empresa. Siendo las conclusiones las siguientes: se determinó la propuesta de mejora para la satisfacción del cliente con la gestión de calidad de la Mype. rubro auto accesorios, caso los Gemelos SAC del distrito de Juliaca, 2022. Lo más importante de la determinación de la propuesta de mejora fue los resultados obtenidos según se muestra en las tablas y figuras. se describió la satisfacción del cliente en la Mype. mediante el instrumento utilizado para recabar información de clientes cuyos resultados son siempre positivos según las tablas y figuras mostrados en el presente trabajo. se determinó las características de la gestión de calidad de la Mype, concluyendo que los socios casi siempre conocen el termino de gestión de calidad, y siempre tuvieron o dificultades con el personal para implementar la gestión de la calidad, casi siempre utiliza técnicas para medir el desempeño laboral y, siempre (63%) tiene un control de deficiencias (buzón de sugerencias).

Se determinó plantear una propuesta de mejora en satisfacción del cliente y gestión de calidad, como: elaborar planes para mejorar la satisfacción el cliente, establecer parámetro de medición de calidad a través de encuestas a los clientes, capacitación de los socios en gestión de calidad.

II. REVISIÓN LITERARIA

2.1. Antecedentes

López (2018). En su tesis “Calidad del Servicio y la Satisfacción de los Clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil 2018” El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio, llegando a las conclusiones falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal.

Ortiz (2016) realizó un estudio “Investigación de mercados para saber el nivel de satisfacción de los clientes del restaurante y asadero los Arrayanes en el municipio de la playa de Belén, Ocaña – Colombia”, su objetivo es averiguar cómo se sienten los clientes acerca de su imagen de los restaurantes Los Arrayanes y Asadero. El problema identificado en este estudio es que no se pueden implementar nuevas estrategias para mejorar la calidad del servicio porque nunca se evalúa la satisfacción del cliente y la metodología utilizada es descriptiva y técnica. Es manejable, no necesita muestreo, por lo que se trabajó con una población total de 50 clientes fijos. y calculados, esta información fue proporcionada por el encargado.

En este estudio se establecieron objetivos para poder alcanzar los resultados que el cliente calificó como buenos en cuanto a organización, confiabilidad, factores físicos y seguridad, y en base a estos resultados se recomienda desarrollar estrategias que contribuyan a la mejora continua de la calidad. servicio, crecimiento de la satisfacción de los clientes respecto a las ventas y aumento del número de clientes.

Sanabria & Sánchez (2019). en su tesis de investigación que lleva por título “Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet)”; para optar el título de especialista en Gerencia de Calidad. Cuyo objetivo es realizar una propuesta de implementación de un sistema de gestión de calidad alineada a la norma ISO 9001-2015, para el restaurant Connecta, con enfoque en la mejora continua de los procesos administrativos y comerciales. Los métodos de investigación son descriptivos, documentales y de campo o de diseño. El mismo también llega a las siguientes conclusiones:

El contexto de la empresa permite un diagnóstico claro, es decir, la herramienta del árbol de problemas permite identificar las diversas variables que inciden directamente en el problema del restaurante y por ende la posibilidad de tomar acción dentro de la metodología. La implementación del SGC es la misma. Se elaboran diagramas de flujo con las características de cada proceso involucrado en el negocio del restaurante de manera que sea posible establecer y definir los roles y personas responsables de las actividades, así como los documentos y procedimientos instrumento de medida necesario para el seguimiento y control.

Pincay y Parra (2020). En su tesis: “Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador”, El objetivo de esta investigación fue analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES

comercializadoras en Ecuador, a través de una revisión documental. La metodología se desarrolló bajo el paradigma cualitativo, el método inductivo fue empleando para realizar la revisión documental-descriptiva llevada a cabo en dos fases, una destinada a la búsqueda de las fuentes primarias y la segunda la realización del análisis de contenido de la información. La fuente de información estuvo conformada por 38 artículos/trabajos de grado, seleccionándose una muestra de 13 estudios que cumplieron con los criterios establecidos. Los resultados apuntan a identificar las condiciones en las que operan las PYMES comercializadoras en relación a la gestión de la calidad del servicio al cliente, pudiéndose conocer que en este tipo de empresas no se emplean sistemas de gestión de calidad y los métodos de evaluación del servicio son poco fidedignos. Por último, desconocen el alcance y los objetivos de la gestión de calidad. Se concluye que las PYMES constituyen piezas fundamentales para el crecimiento económico que deben ser acompañadas de un proceso de formación constante que apunte hacia las mejoras de los factores internos (actitudes y conocimiento de los empleados); así como de prácticas propias de la empresa a favor de una gestión de calidad de servicio al cliente, siendo el modelo SERVQUAL uno de los más confiables para la evaluación de la calidad del servicio al cliente en una organización empresarial

Trujillo (2018). En su trabajo de investigación titulado: “Plan de mejoramiento enfocado en el servicio al cliente bajo los lineamientos del sistema de gestión de calidad para CENDA diagnosticentro automotor S.A Santiago de Cali 2017” tuvo como objetivo realizar un estudio basado en la satisfacción al cliente bajo los lineamientos del sistema de gestión de calidad con el fin de realizar un plan de mejoramiento a todas las fallas detectadas durante la aplicación de las herramientas

definidas para su desarrollo. Durante el desarrollo del proyecto se desarrollaron las siguientes actividades: visitas continuas a la empresa para evaluar la situación actual e identificar los procesos del servicio que brindan, toma de algunas muestras de tiempo de cada uno de los procesos de la revisión técnico mecánica para analizar en qué proceso hay más demora, análisis de resultados de la auditoría externa, aplicación de encuestas a clientes internos y externos, evaluación de indicadores del año pasado; todo lo anterior con el propósito de identificar las falencias, analizarlas y presentar un plan de mejoramiento. Después de evaluar la situación actual, se definió un formato para uso en el buzón de sugerencias que se instaló en la sala de espera para que los clientes externos expresaran sus puntos de vista sobre la empresa referentes a mejoras o quejas y se elaboró e implementó encuesta de satisfacción al cliente externo durante 2 meses, 10 por día, para identificar los problemas y fallas que percibe el cliente externo de la empresa. Con los resultados arrojados por las herramientas antes mencionadas, con el resultado de la auditoría externa de 2017, las encuestas 2017, los indicadores 2017 y la toma de tiempos, se identificaron los puntos críticos y se elaboró un plan de mejoramiento soportado en los requisitos de la norma ISO 9001 relacionados con la satisfacción al cliente.

Lozano (2021). En su tesis titulado: “Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro pequeñas empresa del sector comercial-rubro agencias de transporte, del distrito de Huánuco, 2019” su objetivo principal es: identificar y definir las características del servicio al cliente en el área de gestión de la calidad de las pequeñas empresas en la categoría Área comercial del condado de Vanuco de 2019: transporte de agentes. El estudio fue no empírico, de diseño transversal-descriptivo. Los siguientes resultados se recopilan en base a una muestra

de 6 micro y pequeñas empresas utilizando el método de encuesta y 23 preguntas cerradas para la encuesta, los resultados obtenidos son los siguientes: El 83% de los representantes tienen una edad entre 31 a 50 años. El 66% son hombres. El 66% tiene una educación técnica superior. El 50% son empleados de 0 a 3 años. El 100% tiene de 1 a 5 empleados. El 66% no conoce el concepto de gestión de la calidad. El 66% cree que los empleados carecen de iniciativa para implementar la gestión de la calidad. El 83% busca atención al cliente. El 66% utiliza la comunicación como herramienta de atención al cliente. El 50% dijo que la velocidad es un factor que conforma la calidad del servicio. El 83% dijo que brindaron una buena atención. Como resultado, el 50% de las empresas mejoran la satisfacción del cliente. La mayoría de sus representantes son de edad madura y carecen de conocimientos sobre la gestión de la calidad, pero la han utilizado empíricamente para obtener beneficios de lealtad y satisfacción de los clientes. Como resultado, el 50% de las empresas mejoran la satisfacción del cliente. La mayoría de sus representantes son de edad madura y carecen de conocimientos sobre la gestión de la calidad, pero la han utilizado empíricamente para obtener beneficios de lealtad y satisfacción de los clientes. Como resultado, el 50% de las empresas mejoran la satisfacción del cliente. La mayoría de sus representantes son de edad madura y carecen de conocimientos sobre la gestión de la calidad, pero la han utilizado empíricamente para obtener beneficios de lealtad y satisfacción de los clientes.

Bravo (2021). En su tesis titulado: “Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio caso: multiservicios “Espinoza” en el distrito y provincia de ambo, región Huánuco 2020.” Tuvo como determinar las características de la gestión de la calidad en atención al

cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio caso: Multiservicios “Espinoza” en el distrito y provincia de Ambo, región Huánuco 2020. En dicho estudio se aplicó un diseño no experimental de corte transversal, en la cual fueron participes 35 clientes de Multiservicios Espinoza, a los cuales se aplicó el cuestionario con preguntas cerradas con el propósito de dar respuesta a formulación del problema: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio caso: Multiservicios “Espinoza” en el distrito y Provincia de Ambo, región Huánuco 2020?. Los resultados fueron el 71% de clientes encuestados considera que la gestión de calidad, mejora la satisfacción a los clientes del sector servicio, caso Multiservicios Espinoza, el 57% tiene en cuenta las opiniones y/o sugerencias de sus clientes en toma de decisiones para mejorar, los temas centrales que les afectan e interesan para guiar el rumbo de la institución. Se concluye que los objetivos de la gestión de calidad que identifican está planificado e implementado, sin embargo, se debe mejorar algunos procesos y herramienta de gestión para satisfacer al cliente.

Guerrero (2018). En su tesis titulada: “Calidad de servicio y Satisfacción de los clientes en el restaurante Quililicha Café & Catering SAC. - Lima 2017” cuyo objetivo: fue describir de qué manera la calidad del servicio incide en la satisfacción del cliente del restaurante Quililicha Café & Catering SAC. - 2017: El trabajo de tesis es cuantitativo, descriptivo, no experimental de corte transversal y correlacional, para lo cual se realizaron encuestas a los clientes que consumen los servicios en la empresa., de esta manera se seleccionó una muestra representativa de 319 clientes de un total de población de 1873 clientes entre ellos mujeres y varones, con un nivel de confianza del 95%, luego para el análisis correspondiente se emplearon tablas de frecuencia y

prueba estadística, empleándose el software SPSS 22.00 para su respectivo procesamiento. Resultados: Los resultados indican que las instalaciones del restaurante Quililicha Café & Catering SAC. lucen atractivas y limpias regularmente. siendo el 56% de la muestra, así como también los resultados demuestran que el ambiente interno del restaurante Quililicha Café & Catering SAC es agradable siendo su respuesta mucho con un total del 50% de la muestra que se estudió. Los resultados que si los empleados conocen los productos y servicios que brinda la empresa la mayor respuesta fue a veces representando el 32%, el resultado de la pregunta que los empleados muestran honestidad a la hora de atenderlos fue regular, dando un nivel de confianza para el estudio de investigación. Los resultados de la pregunta hacia los empleados ofrecen un servicio rápido, pero cortos a sus clientes la respuesta fue a veces, representando el 56% de la muestra en estudio. Por lo que podemos observar que en los resultados las respuestas más frecuentes son regular, a veces, bueno, esto nos da un nivel de confianza para el estudio de la investigación realizada en el 2017.

Santos (2017). En su tesis titulada: “Calidad de servicio del personal y su influencia en la satisfacción de los clientes en el Restaurante El Madero Distrito La Victoria Chiclayo 2017”, recibió el título de Licenciado en Administración - Universidad César Vallejo - Chiclayo. Los autores se proponen un objetivo común: analizar el impacto de la calidad del servicio de los empleados en la satisfacción del cliente en los restaurantes El Madero Distrito la Victoria, Chiclayo 2017, investigación descriptiva y presenta un diseño correlacional sobre una muestra de 201 clientes. segunda División. Por otro lado, considerando los resultados obtenidos en la encuesta, se encuentra que del 100% de los encuestados, el 55,7% opina que la calidad del servicio en el restaurante el Madero es muy buena y el 27,4% es muy buena. Por otro

lado, el 16,9% dijo que este servicio es común y los administradores de empresas necesitan convertir este porcentaje en un valor aceptable como buena calidad de servicio, mejorar los procesos de atención al cliente y capacitar a los responsables de la atención al cliente.

En los resultados de la encuesta de satisfacción del cliente del restaurante El Madero, el 10,45% de los clientes insatisfechos expresaron insatisfacción, aunque este número es relativamente bajo, pero este análisis es muy importante cuando se debe considerar la calidad del servicio de un comensal gourmet. Al analizar la correlación entre las variables de calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el Restaurante El Madero se encontró que existe una correlación entre las variables analizadas, en la prueba estadística es de 0.577, es decir la correlación en moderación; Mejorar la calidad del servicio enfocándose en desarrollar programas de capacitación para los empleados, diseñar programas de fidelización, promover el trabajo en equipo entre los empleados y la cultura propia de la empresa.

Rodríguez (2019). En su trabajo de investigación titulada: “Gestión de calidad y satisfacción de los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de zapatos, centro comercial los Ferroles, distrito de Chimbote año 2019”. La investigación tuvo como objetivo general, determinar la relación que existe entre la Gestión de calidad y satisfacción de los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de zapatos, En la investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal, de tipo Descriptivo – Correlacional, para el recojo de la información se utilizó una población de 15 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas en medición de escala de Likert, así mismo se elaboró un cuestionario de 23 preguntas para medir la satisfacción de cliente.

Obteniéndose los siguientes resultados. El 66,7% tienen un nivel alto en cuanto a la planeación, del mismo modo el 46,7% tienen un nivel alto en lo referente a la Organización, el 46,7% tienen un nivel alto en base a su dirección, y el 60,0% tienen un nivel alto en cuanto al control de sus procesos. El 51,6% se muestra satisfecho con respecto a la calidad del servicio, el 51,1% se muestra satisfecho en base al cumplimiento de sus expectativas. Conclusión: Se concluye que con el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,03 < 0,05$), rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, luego podemos concluir que aun nivel de significancia de 0,05. La Gestión de calidad, se relaciona con la satisfacción de los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de zapatos, Centro comercial Los Ferroles, distrito de Chimbote, año 2018.

Pino (2018). En su tesis titulada: “Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente en los Principales Restaurantes del Distrito de Juliaca Provincia de San Román 2018); El objetivo fue determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los grandes restaurantes de Juliaca, provincia de San Roma en el año 2018. El método de estudio es un diseño descriptivo correlacional. La misma persona concluyó que en cuanto a la calidad del servicio que brindan los principales restaurantes del distrito de Juliaca provincia de San Román, se aplicó el uso de dos encuestas al modelo SERVQUAL y a los demás modelos Modificaciones y teorías de Deming y Cataluña, junto con modelado dimensional, utilizando referencias de Cote Le y Armstrong, también se modificaron para identificar las diferentes percepciones de los clientes atendidos en su restaurante principal, Juliaca. Cabe señalar que la mayoría de estos restaurantes cuentan con infraestructura con casas de alquiler, así lo demuestran los resultados de la encuesta, los clientes siempre quieren ver el aspecto

de sus instalaciones, el aire acondicionado no es mejor ambiente, renovación, equipamiento moderno y decoración exterior. La pollería y el interior se siente cómodo gracias a los servicios prestados.

Cordero (2018). en su tesis titulada “Evaluación de la gestión de procesos basado en el sistema de gestión de calidad para proponer un diseño de implementación según la norma ISO 9001:2015 en la gerencia de operaciones de Electro Puno S.A.A”. tiene como objetivo evaluar el proceso de gestión basado en el sistema de gestión de la calidad para proponer el diseño e implementación según la norma ISO 9001:2015, optimizando así la eficiencia de la gestión de Electro Puno SAA durante el período 2018. El método de investigación es el diseño con enfoque cuantitativo y tipo de investigación es descriptiva. Y tenemos la siguiente conclusión: los trabajadores del Departamento de Operaciones de Electro Puno S.A.A. perciben que el cumplimiento de una implementación de gestión por procesos basada en el sistema de gestión de la calidad se encuentra en un nivel establecido. De acuerdo a la investigación se concluye que el nivel de desempeño y cumplimiento en la gestión por procesos se fundamenta en el sistema de gestión de la calidad, se establece el cumplimiento de los contenidos generales del componente N° 1, se establece el nivel de madurez y el rol del componente 2 en él se establece el nivel de cumplimiento y madurez de la organización, similar al del componente 3, se establece la mejora continua y la gestión de riesgos, se establece el nivel de cumplimiento y madurez.

Cucho (2021) en su tesis titulada: “Calidad del servicio y la satisfacción del cliente del Restaurant Turístico Tulipans - Puno, periodo 2020”; tuvo como objetivo analizar el nivel de satisfacción de los clientes en base a la evaluación de la calidad de servicio utilizando el instrumento SERVPERF, del Restaurant Turístico “Tulipáns” de

la ciudad Puno, en el periodo 2020. La metodología de la investigación es de diseño descriptivo correlacional. El mismo que llego a las siguientes conclusiones: de acuerdo a la calidad de servicios ofrecido por el restaurante en las cinco dimensiones de la calidad del servicio ofrecido es, medio alto con un promedio de (4), pues en promedio general estuvieron de acuerdo con las declaraciones hechas sobre calidad de los servicio ofertados del Restaurante, así en las dimensiones mal alta están Empatía y Seguridad con un promedio de (3,89), mientras en la dimensión más baja esta la Capacidad de respuesta con un promedio de (3,72), concluyendo que la percepción de los clientes es media alta de la calidad de los servicio ofertados. Sin embargo, se requiere seguir mejorando de manera continua la calidad de servicio, de acuerdo a las exigencias de los clientes.

Quispe (2019). En su tesis titulada: “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las Mype del sector servicios transporte urbano de pasajeros línea 15 de la ciudad de Juliaca región puno año 2019”. tuvo como objetivo fue determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, La metodología utilizada fue cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental – de corte transversal, cuya población y muestra estuvo conformada por 25 socios de las MYPE, los datos se recolectaron aplicando un cuestionario de 22 preguntas a través de la encuesta, de la cual se obtuvo los siguientes resultados: El 64% de los socios de las MYPE del sector transporte tienen conocimientos sobre la gestión de la calidad, mientras que el 44% considera que la atención al cliente es la prioridad para determinar la calidad de la empresa, por otro lado el 92% manifestó que utiliza la estrategia del buen servicio al cliente para fidelizar a sus clientes, el 76% no evalúa el nivel de satisfacción de sus clientes luego de brindarles su servicio, luego de

estos resultados se llegó a la siguiente conclusión: la mayoría de las MYPE socias en el transporte sector que investigamos están familiarizados con la gestión de la calidad; sin embargo, solo un pequeño porcentaje de los socios de la MSE estudiada están familiarizados con las técnicas modernas de gestión de la calidad.

Ccuno (2019). En su tesis titulado: “Gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente de las Mype del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Putina año 2019” que tuvo como objetivo determinar cómo es la gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente en las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Putina. La investigación realizada fue descriptiva, en la recolección de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 10 restaurantes constituidos como MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados más relevantes se puede observar que lo empresarios indican que el 80% cuentan con un programa de atención al cliente, el 60% de empleados tienen una apariencia limpia y agradable, respecto a la atención al cliente el 76,67% se encuentran de acuerdo con la atención una vez que hicieron el uso del restaurante, el 80% de clientes se encuentran de acuerdo y recomendarían el uso del restaurante, llegando a las siguientes conclusiones, se demostró en un 56,56 %, que los restaurantes ofrecen un servicio regular con respecto a la atención al cliente atendiendo moderadamente las necesidades de su clientes, debido a que se identificó la existencia de aspectos que inciden en la atención al cliente y también se considera indispensable implementar algunos aspectos que se identificaron en cada dimensión SERVQUAL, para mejorar más aun la gestión de calidad y la atención al cliente que ofrecen los restaurantes.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Satisfacción del Cliente

Kotler, (2003), La satisfacción del cliente se define como la medida en que el estado mental de una persona se produce al comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. En otras palabras, la sensación de placer o decepción cuando compara la experiencia del producto (o el resultado esperado) con sus expectativas de ganancias anteriores. Si los resultados son más bajos de lo esperado, el cliente no estará satisfecho. Si los resultados cumplen con las expectativas, el cliente está satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente está muy satisfecho o satisfecho.

Beneficios de lograr la Satisfacción del Cliente:

La persistencia y la dedicación humana significa que un proceso o procedimiento en la fabricación produce un beneficio para el cliente satisfecho, como:

Beneficio uno: Según Kepler y Armstrong (2006), el cliente Satisfecho suele volver a comprar. Como resultado, la empresa gana su lealtad como un beneficio y, por lo tanto, puede venderle los mismos suplementos o diferentes en el futuro. El segundo beneficio: el mismo autor, citado anteriormente, argumenta que los consumidores satisfechos tienen un gran impacto positivo en la organización, especialmente en los clientes, porque pueden encontrar que el producto realmente satisface sus necesidades con bajo costo y alta calidad. El tercer beneficio: el mismo autor citado anteriormente señala que los clientes satisfechos están dejando de lado a la competencia. Por lo tanto, la empresa tiene una cierta posición (participación de mercado) en el mercado es una ventaja.

Satisfacción del Cliente: Elementos

a) Desempeño Percibido: Parasuraman, Berry y Zeithaml (1985) Hacen referencia al primer factor que incluye lo que el cliente percibe y recibe, es decir, la calidad que tiene el consumidor al ingresar al lugar que representa el desempeño percibido, evaluar sus expectativas del cliente producto. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

1. A juzgar desde la perspectiva del cliente, no desde la perspectiva de la empresa.
2. Basado en los resultados que el cliente obtiene a través del producto o servicio.
3. Se basa en la percepción del cliente, no necesariamente en la realidad.
4. Ser influenciado por las opiniones de otros que tienen un impacto en el cliente.
5. Depende del estado de ánimo y razonamiento del cliente.

b) Expectativas: Cronin y Taylor (1994) se centran en el segundo factor, su percepción de cómo recibirán el servicio y su nivel de satisfacción con el mismo. Las expectativas del cliente se ven afectadas por uno o más de los siguientes cuatro escenarios:

- El compromiso de la misma empresa con los beneficios que trae el producto o servicio.
- Compre por adelantado.
- Opiniones de amigos, familiares, conocidos y líderes de opinión.
- Obligaciones o promesas de los competidores.

c) Evaluación: Cronin y Taylor (1994). encontraron que el tercer factor que ocurre después de comprar o recibir un producto o servicio, el cliente experimenta uno de los siguientes tres niveles de satisfacción:

- Insatisfacción: Ocurre cuando el desempeño percibido de un producto no cumple con las expectativas del cliente.
- Satisfacción: ocurre cuando el desempeño percibido de un producto cumple con las expectativas del cliente.
- Complacencia: Ocurre cuando el desempeño percibido excede las expectativas del cliente.

En cambio, los clientes satisfechos son leales a una marca o proveedor porque sienten un parentesco emocional más allá de la mera preferencia racional (lealtad incondicional) (Kotler (2012)

Factores básicos de satisfacción.

Lele y Sheth, (2011). los factores básicos de satisfacción están determinados por 4 factores básicos y fundamentales para lograr la satisfacción del cliente, esto es:

- Variables relacionadas con productos,
- Actividades ventas,
- Servicio post venta y cultura empresarial.
- Los factores relacionados con el producto incluyen el diseño básico del producto, la comprensión del diseñador de las necesidades del consumidor, las motivaciones del diseñador, el proceso de fabricación y el sistema de control control de calidad.

Asimismo, algunos autores sostienen que satisfacción significa:

- La existencia de lo que el consumidor quiere lograr.
- El logro de este indicador sólo puede evaluarse sobre la base de criterios comparativos.
- El proceso de evaluación de la satisfacción involucra al menos dos intervenciones de estímulo: un resultado y una muestra de referencia o comparación.

2.2.2. Gestión de calidad

Gutiérrez (2005), La gestión del sistema de calidad debería demostrar que la organización puede proporcionar productos o servicios que cumplan de forma consistente con los requisitos del cliente y las reglamentaciones aplicables, y lograr la satisfacción del cliente mediante la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la prevención de no conformidades y la mejora continua.

James (1997), Afirma que la gestión de la calidad es una filosofía de gestión orientada a la práctica que tiene como objetivo construir un proceso que pueda demostrar claramente el compromiso con el crecimiento y la supervivencia de una organización centrándose en las actividades que mejoran la calidad del trabajo y de la organización en su conjunto.

Funciones de la gestión empresarial

Como lo menciona Schumpeter (2013), la empresa utiliza principalmente la nueva visión de dirección y fuerza para realizar todas las tareas con mayor eficacia en el trabajo, de la siguiente manera:

- Planeación
- Desarrollo organizacional
- Liderazgo
- Calidad total

Estas definiciones permiten a los empresarios involucrados en la investigación aplicar la gestión de calidad en todas las áreas que necesitan mejorar para seguir creciendo en el mercado.

Técnicas de la Gestión de la Calidad

Gutiérrez, (2015). señala que, para gestionar la calidad en la mejor situación posible, necesitas apoyarte en tecnología que te ayude a crecer. Muchas de estas técnicas se utilizan para identificar problemas a través de la intervención de pares, mientras que otras se basan en mediciones o datos obtenidos de un proceso validado y al probar los datos, se logrará el resultado deseado. Muchas veces, estos resultados nos ayudan a controlar el proceso. Si los resultados están dentro de las condiciones establecidas para cada procedimiento, diremos que el procedimiento ha sido aprobado. Habilidades mejoradas y de resolución de problemas: en un entorno de alta calidad, la identificación y resolución de problemas debe ser un hábito diario. Identificar el problema; identificar las posibles causas del problema; elige el motivo que te parezca más importante; soluciones de solución de problemas; implementación de soluciones; estudiar los resultados obtenidos; aplicar los cambios.

Habilidades de Trabajo en Equipo: Técnicas Básicas de Lluvia de Ideas Trabajo en equipo para generar un gran número de ideas en poco tiempo. Esta técnica utiliza la creatividad y la innovación de los participantes. Gutiérrez (2015) Técnicas estadísticas: Nos ayudan a comprender mejor los datos para que las decisiones estén informadas, no basadas únicamente en la intuición o la intuición. Gutiérrez (2015).

Elementos de un sistema de Gestión de Calidad

Tal y como describen Jiménez y Castro (2010), comprender los factores que debe tomar cada organización a la hora de implementar correctamente las actividades para lograr todos los objetivos del programa que quiere alcanzar. Ellos detallan:

1. Proyecto: Determinación de la organización de la división del trabajo en la empresa, determinación de la división del trabajo y las tareas a realizar.

2. Estrategia: La aplicación ordenada, paso a paso, de herramientas básicas para lograr objetivos y tareas.
3. Recursos: Desde la perspectiva de insumos, mano de obra, insumos, materias primas.
4. Procesos: La gran mayoría se enfoca en utilizar técnicas lean para maximizar el tiempo, los recursos y la productividad promedio.
5. Proceso: Se utiliza la metodología de cadenas de valor para aplicar los mecanismos de coproducción de bienes y prestación de servicios, respectivamente. Una comprensión más detallada de estos factores es importante, ya que ayudará a las organizaciones a administrar sus actividades y servicios de una manera más planificada y desarrollar herramientas y metodologías relacionadas.

Normas ISO 9001 – Gestión de la Calidad

Las normas ISO de gestión de la calidad que tienen en cuenta las necesidades de la organización y la gestión de la calidad han ganado una mayor aceptación a nivel mundial. Pertenece a la serie ISO 9000 de normas de sistemas de gestión de la calidad (junto con la ISO 9004) y ayuda a las organizaciones a satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes, entre otras cosas. Esta norma ISO 9001 ayuda a los microempresarios a gestionar mejor su empresa o negocio.

Beneficios de la Gestión de la Calidad.

Como menciona Arroyo (2016), una organización que adopte esta norma ISO 9001 es una clave importante ya que ayudará a la organización a mejorar más en diferentes áreas y así lograr un crecimiento competitivo en el mercado, primero debemos explicar: Sí, implementar esta norma beneficiará tanto a las pequeñas como a las grandes empresas, ya que la norma permitirá a estas empresas disfrutar de un

excelente sistema de gestión de la calidad que les ayude a reducir costes y aumentar la eficiencia. Los beneficios para la organización de implementar ISO 9001 son: Mayor compromiso de los empleados. Puede mejorar su imagen y reputación frente a terceros. Se las arregla para maximizar la satisfacción del cliente. Promover una cultura de mejora continua. Proporcionar evidencia adicional para la toma de decisiones de la organización. Cabe señalar que la norma ISO 9001 ofrece beneficios muy específicos, mediante los cuales las empresas pueden competir en el mercado y alcanzar sus metas y objetivos.

Objetivos de la Calidad

Quiroz, (2010). Haciendo referencia a las normas ISO, me refiero a los siguientes objetivos:

- Disposición: Controlar la producción de elementos no conformes
- Detectar: filtrar la entrada permanentemente
- Reparación y mejora: evaluación y seguimiento continuo
- Mostrar: mostrar el orden de cumplimiento.

Moreno (2011). utilizó la supervisión que le permitió alcanzar los resultados deseados en la consecución de productos de alta calidad, tales como:

- Garantizar la calidad, utilizar el programa correcto. La satisfacción del cliente; descubrimientos para anticipar las necesidades de los consumidores.
- Buenas relaciones con los clientes, propietarios amables y comprometidos que atienden a los clientes fuera de ellos.

2.2.3. Las Micro y Pequeñas Empresas

Las micro y microempresas son unidades económicas, ya sean personas naturales o jurídicas, organizadas o administradas en cualquier forma de conformidad

con la normativa vigente, con el objeto de extraer, transformar, producir, comercializar bienes y prestar servicios.

Cabe recalcar que una microempresa no se constituye como una persona jurídica y puede ser administrada directamente por sus propietarios individuales. Sin embargo, puede ser voluntaria bajo la forma de una compañía individual de responsabilidad limitada o cualquier forma de corporación según lo dispuesto por la ley.

Características de las micro, pequeñas y medianas empresas Las micro, pequeñas y medianas empresas

Deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

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

Importancia

Las MYPE son un eslabón importante en la generación de empleo ya que más del 80% de la población está ocupada y genera alrededor del 45% del Producto Interno Bruto (PIB). En resumen, la importancia de las MYPE como fuente principal de generación de empleo y reducción de la pobreza es:

- Ofrece una variedad de trabajos.
- Reducción de la pobreza a través de actividades generadoras de ingresos.

- Fomentar el emprendimiento y el emprendimiento.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejora de la distribución del ingreso.
- Contribución a la renta nacional y al crecimiento económico.

Desventajas

- La responsabilidad es ilimitada, lo que significa que, si hay una responsabilidad, un individuo responderá con todos sus bienes.
- El capital de la empresa está limitado a la disponibilidad de personas naturales. Como resultado, la oportunidad de crecer y obtener créditos es limitada.
- Las restricciones a las personas físicas tienen un efecto directo sobre las operaciones comerciales y pueden incluso impedir las.

Ventajas de ser una persona jurídica

- Su compromiso con terceros se limita al ámbito social o empresarial.
- Pueden participar en licitaciones públicas y adjudicar premios como proveedores de bienes y servicios.
- Pueden hacer negocios con otras personas jurídicas nacionales y extranjeras.
- Tienen más acceso al crédito y pueden expandir su negocio agregando capital, abriendo puertas o exportando.

2.3. Marco Conceptual

Calidad. Según la norma, la calidad se entiende como el grado en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos que para alcanzar la calidad se deben cumplir varios requisitos. Estas solicitudes son realizadas por el cliente (Valls 2007).

Cliente. es un individuo u organización que compra bienes y servicios proporcionados por una empresa. El término cliente también se puede utilizar como sinónimo de comprador. Los clientes pueden comprar productos y consumirlos o simplemente comprarlos para que otros los disfruten (Economipedia 2020).

Calidad total. Se entiende como la aplicación de los principios de gestión de la calidad a una serie de actividades y personas de una organización y no solo al desempeño de los productos o servicios que se brindan a los clientes (Summers 2006)

Gestión. Es un conjunto de procedimientos y actividades realizadas para lograr un objetivo particular. En otras palabras, en términos generales, la gestión es una serie de trabajos realizados para lograr los objetivos establecidos (Novillo 2017)

Servicio. En el ámbito económico, es una actividad o una serie de actividades encaminadas a satisfacer necesidades específicas de los clientes, proporcionando productos intangibles y personalizados

Mejora continua. Se refiere al hecho de que los seres humanos están siempre en proceso de cambio, desarrollo y perfeccionamiento (Duque 2018).

Mype. Micro y Peque empresa

Pyme. Pequeña y mediana empresa

ISO. Organismo Internacional de Standarización.

III. HIPÓTESIS

En este estudio, no se formuló hipótesis porque su estudio no está correlacionado ni es empírico, ya que no intenta combinar los efectos de las variables.

Hernández, Fernández y Baptista, (2014). Aseguran de que las hipótesis sean indicativas de un estudio en curso, son la hipótesis o la respuesta que estamos tratando de probar a la pregunta de investigación, pero tienen algunas limitaciones y todo dependiendo de la investigación que se esté realizando, sin embargo, solo las hipótesis son para aquellos que hacen investigación cuantitativa y hay correlaciones e interpretaciones.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Se aplicó el diseño transversal no experimental

Según (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), el diseño del estudio no será experimental ni transversal debido a que no habrá manipulación de las variables de estudio y la información se recopilará en un momento dado.

(Kerlinger, 1979), establece que la investigación que no es experimental o basada en hechos es cualquier estudio en el que no es posible manipular variables o asignar aleatoriamente sujetos o condiciones. De hecho, los sujetos no están sujetos a ninguna condición o estímulo, son observados en su entorno natural y real (página 102).

El tipo de investigación aplicado fue cuantitativo.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) Los estudios de tipo cuantitativo son secuenciales y demostrativos, utilizan la recolección de datos para probar hipótesis basadas en mediciones numéricas y análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar la teoría (página 37).

El nivel de investigación que se aplicó fue tipo descriptivo.

Según (Hernández, Fernández & Baptista, 2014) nos dicen que es descriptivo porque trata de identificar los atributos, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que requiera ser analizado. destinados a medir o recopilar información sobre conceptos o variables que están relacionados, de forma independiente o en combinación (página 92).

4.2. Universo y muestra

4.2.1. Población

Esta investigación tuvo como población de estudio a los propietarios de la Mype que es finita 08 y clientes que utilizaron el servicio entre enero y marzo 2022 que fue un total 120 clientes habituales según el registro en la base de datos de la Mype Auto Accesorios los Gemelos SAC.

Según (Tamayo y Tamayo, 2003), cuando se utiliza toda la población en un estudio, no es necesario muestrear el estudio ni tener planificado los estudios. Cuando eso sucede, se dice que el universo ha sido explorado. No toda investigación se puede hacer desde un universo, además, no es necesaria (p. 176).

4.2.2. Muestra.

La muestra para la variable Gestión de calidad está compuesto por 08 propietarios de la Mypes Auto accesorios los gemelos SAC

Para la variable satisfacción del cliente, se obtuvieron 92 muestras probabilísticas de 120 clientes habituales que utilizaron el servicio entre enero y marzo 2022, según consta en la base de datos de registro de clientes del servicio

Tamayo y Tamayo (2003), afirman que una muestra es un grupo de personas seleccionadas de una población para estudiar fenómenos estadísticos (p. 38).

La fórmula utilizada es la siguiente:

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

Dónde:

n	Tamaño de la Muestra	
N	Total de la población	120
Z	Nivel de confianza	95% (1.96)
E	Margen de error	0.5
p y q	Proporciones de muestreo	0.5

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)120}{0.05^2(120 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 92$$

Se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple, es decir ($n = 91.61 = 92$) para aplicar la herramienta que ha sido objeto de la prueba.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Título: Propuesta de mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la Mype del sector servicio, rubro auto accesorios, caso los gemelos SAC del distrito de Juliaca, 2022.					
Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Satisfacción de cliente	Es el conjunto de estrategias que una empresa diseña para satisfacer mejor que sus competidores las necesidades y expectativas de sus clientes.	Se operacionalizará a través de las dimensiones rendimiento percibido, expectativas y satisfacción	Rendimiento percibido	Conformidad	Escala ordinal Likert: 1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				Percepción	
				Recomendación	
				Opinión	
				Resultados	
				Resolución dudas	
			Expectativas	Buen servicio	
				Resuelven dudas	
				Atención rápida	
				Ofertas	
				Cumple promesas	
			Satisfacción	Información	
				Cumple expectativas	
				Recomendaría	
				Sobrepasa expectativas.	
Satisfacción de expectativas					

Gestión de calidad	Es una herramienta que a cualquier organización le permite planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para desarrollar la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, estos son medidos a mediante indicadores de satisfacción	Se operacionalizará a través de las dimensiones planeamiento de la calidad, Control de calidad, mejora de calidad	Planeamiento de calidad	Conocimiento	Escala ordinal Likert: 1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				Dificultades	
				Medición	
				Contribución	
			Control de calidad	Satisfacción	
				Fiabilidad	
				Seguridad	
			Mejora de la calidad	Empatía	
				Nuevas mejoras	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para obtener información relacionada con las variables anteriores, se utilizó como método de recolección la técnica de la encuesta, con el fin de conocer la opinión de los clientes y recolectar datos para analizar variables: satisfacción del cliente para la gestión de la calidad de las Mypes del sector servicio rubro Auto accesorios. Caso los Gemelos SAC del distrito de Juliaca, 2022.

Esta técnica ayudó a obtener toda la información y luego se realizó las figuras correspondientes

El cuestionario estructurado, se utilizó para poder obtener datos de la Mype el cual está conformado por 16 preguntas aplicados a clientes y 10 preguntas aplicado a los propietarios de Auto Accesorios los Gemelos SAC, con el fin de poder obtener mayor información.

4.5. Plan de análisis.

Para procesar datos, analizar información, preparar tablas y figuras, se utilizó editores de texto y datos (Word, Excel), el cual ayudo a encontrar los resultados, así mismo se hizo uso de la estadística descriptiva.

Los resultados se obtuvieron de una encuesta a los clientes y el análisis se realizó de la siguiente manera:

- La información se guardó en el formato especificado lo cual permitió clasificar y sistematizar la información obtenida.
- La tabla se preparó con la ayuda del programa Excel que tiene como función de conteo de datos del sistema.
- Se incluyó figuras y tablas los cuales ayudan a percibir el resultado final.

4.6. Matriz| de consistencia

Titulo	Enunciado del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Población y Muestra
Propuesta de mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la Mype del sector servicio, rubro auto accesorios, caso los gemelos SAC del distrito de Juliaca, 2022.	¿Cuál es la propuesta de mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la Mype del sector servicio, rubro auto accesorios, caso los Gemelos SAC del distrito de Juliaca 2022?	<p>General Determinar una propuesta de mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la Mype, rubro auto accesorios, caso los Gemelos SAC del distrito de Juliaca, 2022.</p> <p>Específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describir la satisfacción del cliente en la Mype del sector servicios, Rubro Auto Accesorios, caso los Gemelos SAC. del distrito de Juliaca, 2022. 2. Determinar las características de la gestión de calidad de la Mype del sector servicios, Rubro Auto Accesorios, caso los Gemelos SAC. del distrito de Juliaca, 2022. 3. Elaborar la propuesta de mejora de la Mype del sector servicios, Rubro Auto Accesorios, caso los Gemelos SAC. del distrito de Juliaca, 2022. 	No se ha formulado hipótesis alguna ya que solo se demostrara las características de las variables en estudio.	Satisfacción del Cliente Gestión de Calidad	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: Transversal - No experimental</p>	<p>Población Conformada por una MYPE de 8 socios y 120 usuarios</p> <p>Muestra 92 usuarios de la Mype 8 Socios</p> <p>Técnica e instrumentos Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Estructurado 16 preguntas para clientes 10 preguntas para los socios</p>

4.7. Principios éticos

Los principios éticos fueron aprobados por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N°0973- 2019-CU-ULADECH católica, de fecha 16 de agosto del 2019.

Las actividades de investigación que se realiza en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, se guía por los siguientes principios:

- **Protección de la persona.** - El bienestar y seguridad de las personas es el fin supremo de toda investigación, y por ello, se debe proteger su dignidad, identidad, diversidad socio cultural, confidencialidad, privacidad, creencia y religión. Este principio no sólo implica que las personas que son sujeto de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino que también deben protegerse sus derechos fundamentales si se encuentran en situación de vulnerabilidad.
- **Libre participación y derecho a estar informado.** - Las personas que participan en las actividades de investigación tienen el derecho de estar bien informados sobre los propósitos y fines de la investigación que desarrollan o en la que participan; y tienen la libertad de elegir si participan en ella, por voluntad propia.

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

- **Beneficencia y no-maleficencia.** - Toda investigación debe tener un balance riesgo-beneficio positivo y justificado, para asegurar el cuidado de la vida y el bienestar de las personas que participan en la investigación. En ese sentido, la

conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

- **Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad.** - Toda investigación debe respetar la dignidad de los animales, el cuidado del medio ambiente y las plantas, por encima de los fines científicos; y se deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y tomar medidas para evitar daños.
- **Justicia.** - El investigador debe anteponer la justicia y el bien común antes que el interés personal. Así como, ejercer un juicio razonable y asegurarse que las limitaciones de su conocimiento o capacidades, o sesgos, no den lugar a prácticas injustas. El investigador está obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación, y pueden acceder a los resultados del proyecto de investigación.
- **Integridad científica.** - El investigador (estudiantes, egresado, docentes, no docente) tiene que evitar el engaño en todos los aspectos de la investigación; evaluar y declarar los daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, el investigador debe proceder con rigor científico, asegurando la validez de sus métodos, fuentes y datos. Además, debe garantizar la veracidad en todo el proceso de investigación, desde la formulación, desarrollo, análisis, y comunicación de los resultados.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Referente a: satisfacción del cliente

En la tabla 1. Después de la atención brindada usted como cliente queda conforme.

Tabla 1

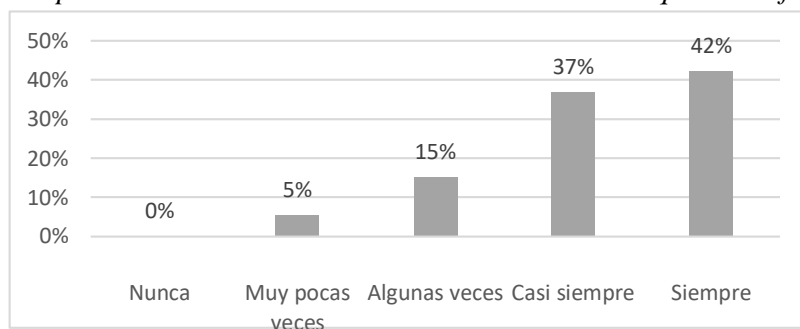
Después de la atención brindada usted como cliente queda conforme.

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia relativa
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	relativa porcentual $h_i\%$	porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	5	0.05	5%	5%
Algunas veces	14	0.15	15%	21%
Casi siempre	34	0.37	37%	58%
Siempre	39	0.42	42%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 1

Después de la atención brindada usted como cliente queda conforme.



Fuente: Tabla 1

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 1 del 100% de encuestados, el 42% considera que después de la atención brindada como cliente siempre queda conforme, un 37% casi siempre, 15% a veces y un 5% respondió muy pocas veces

En la tabla 2. La percepción que usted tiene ahora sobre el servicio es acorde a lo que esperaba

Tabla 2

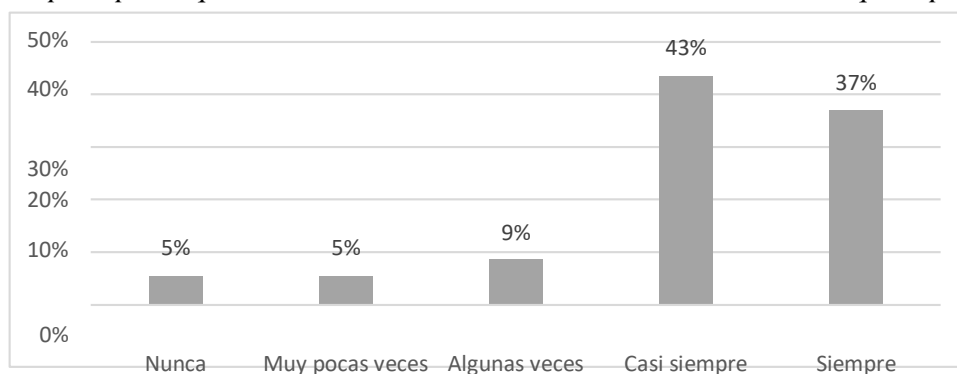
La percepción que usted tiene ahora sobre el servicio es acorde a lo que esperaba

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	$h_i\%$	$H_i\%$
Nunca	5	0.05	5%	5%
Muy pocas veces	5	0.05	5%	11%
Algunas veces	8	0.09	9%	20%
Casi siempre	40	0.43	43%	63%
Siempre	34	0.37	37%	100%
TOTAL	92	1.00	100.00%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 2

La percepción que usted tiene ahora sobre el servicio es acorde a lo que esperaba



Fuente: Tabla 2

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 2 del 100% de encuestados, se puede observar que el 35% sobre la pregunta si la percepción que tiene ahora sobre el servicio es acorde a lo que esperaba constaron es siempre, el 43% casi siempre, el 9% algunas veces, el 5% muy pocas veces y el 5% nunca

En la tabla 3. Usted recomendaría a la empresa por su calidad de servicio.

Tabla 3

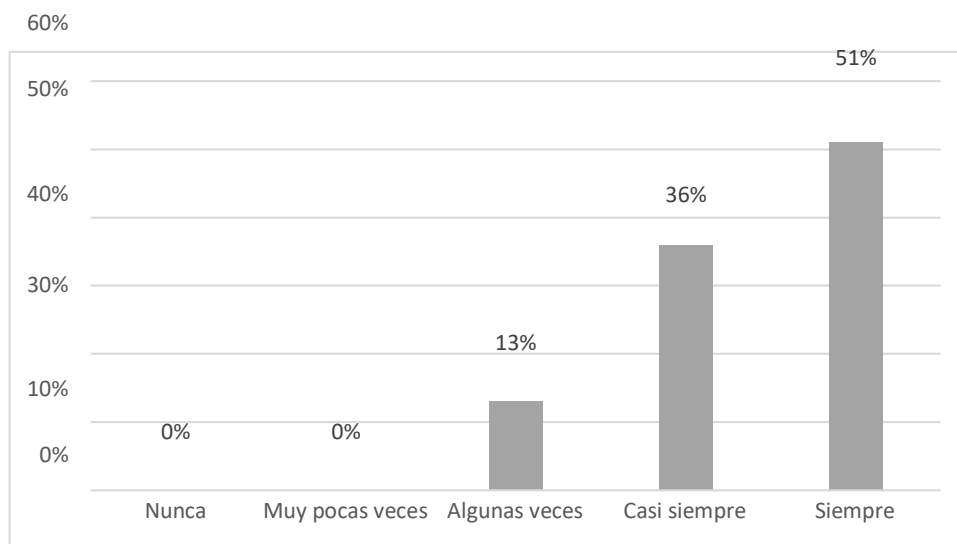
Usted recomendaría a la empresa por su calidad de servicio.

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
	absoluta f_i	relativa h_i	relativa porcentual $h_i\%$	relativa porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	0	0.00	0%	0%
Algunas veces	12	0.13	13%	13%
Casi siempre	33	0.36	36%	49%
Siempre	47	0.51	51%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 3

Usted recomendaría a la empresa por su calidad de servicio.



Fuente: Tabla 3

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 3 del 100% de encuestados, el 51% respondió que siempre recomendaría a la empresa por su calidad de servicio, el 36% casi siempre, un 13% algunas veces y 0% respondieron nunca y muy pocas veces.

En la tabla 4. Usted recibió recomendaciones u opiniones de terceras personas como amigos y/o familiares, para concurrir a la empresa.

Tabla 4

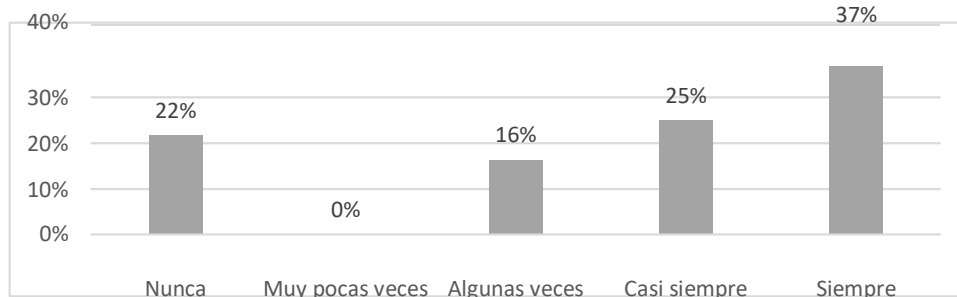
Usted recibió recomendaciones u opiniones de terceras personas como amigos y/o familiares, para concurrir a la empresa.

Ítems	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia relativa
X_i	f_i	h_i	relativa	porcentual
			$h_i\%$	$H_i\%$
Nunca	33	0.36	36%	36%
Muy pocas veces	0	0.00	0%	36%
Algunas veces	5	0.05	5%	41%
Casi siempre	20	0.22	22%	63%
Siempre	34	0.37	37%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 4

Usted recibió recomendaciones u opiniones de terceras personas como amigos y/o familiares, para concurrir a la empresa.



Fuente: Tabla 4

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 4 del 100% de encuestados, a la pregunta si recibió recomendaciones u opiniones de terceras personas como amigos y/o familiares para concurrir a la empresa, el 37% respondió siempre, 25% casi siempre, 16% algunas veces y el 22% nunca

En la tabla 5. Está satisfecho con los resultados obtenidos, por el buen servicio.

Tabla 5

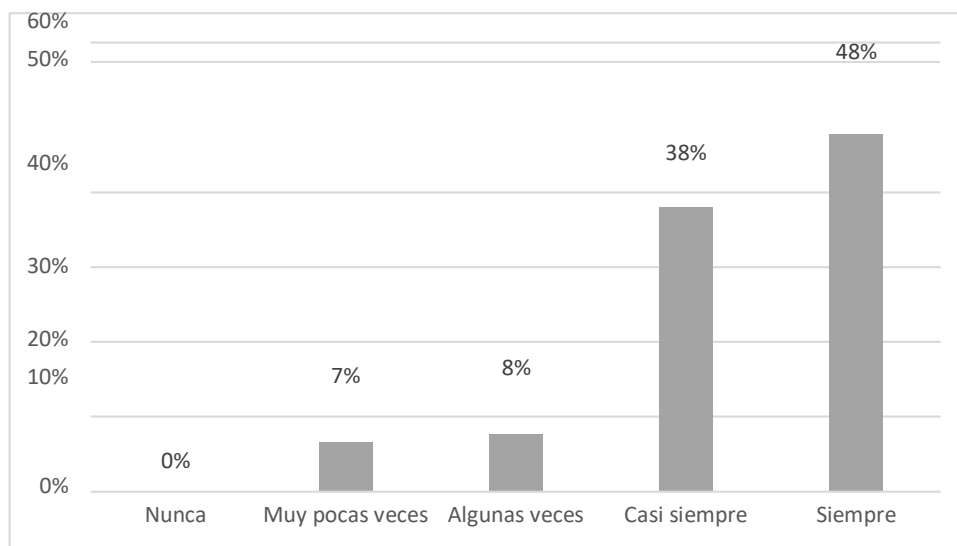
Está satisfecho con los resultados obtenidos, por el buen servicio.

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia relativa
	absoluta f_i	relativa h_i	relativa $h_i\%$	porcentual $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	6	0.07	7%	7%
Algunas veces	7	0.08	8%	14%
Casi siempre	35	0.38	38%	52%
Siempre	44	0.48	48%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 5

Está satisfecho con los resultados obtenidos, por el buen servicio.



Fuente: Tabla 5

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 5 del 100% de encuestados, a la pregunta si está satisfecho con los resultados obtenidos, por el buen servicio, un 48% respondió. Siempre, el 38% casi siempre, el 8% algunas veces, y el 7% muy pocas veces.

En la tabla 6. El personal fue capaz de resolver algunas dudas a la hora de adquirir el producto.

Tabla 6

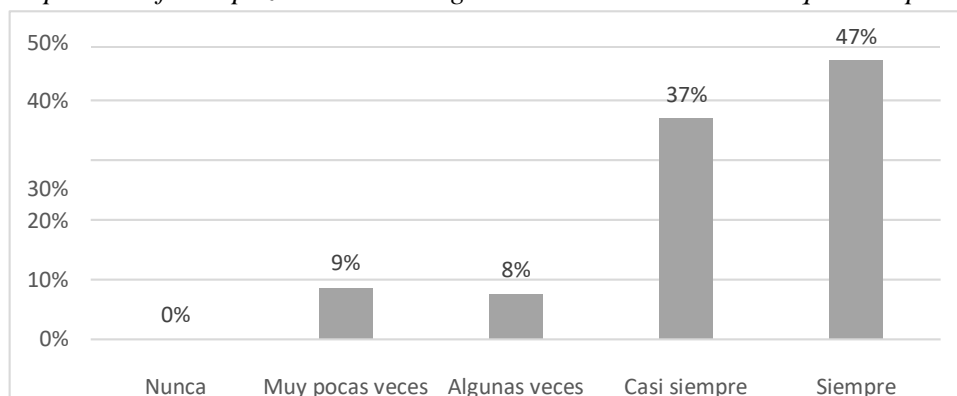
El personal fue capaz de resolver algunas dudas a la hora de adquirir el producto.

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	RELATIVA porcentual $h_i\%$	RELATIVA porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	8	0.09	9%	9%
Algunas veces	7	0.08	8%	16%
Casi siempre	34	0.37	37%	53%
Siempre	43	0.47	47%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 6

El personal fue capaz de resolver algunas dudas a la hora de adquirir el producto.



Fuente: Tabla 6

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 6 del 100% de encuestados a la pregunta si el personal fue capaz de resolver algunas dudas a la hora de adquirir el producto, el 47% respondió siempre, un 37% casi siempre, el 8% algunas veces y el 9% muy pocas veces

En la tabla 7. Según su percepción sobre la calidad de servicio, usted regresaría en otras oportunidades.

Tabla 7

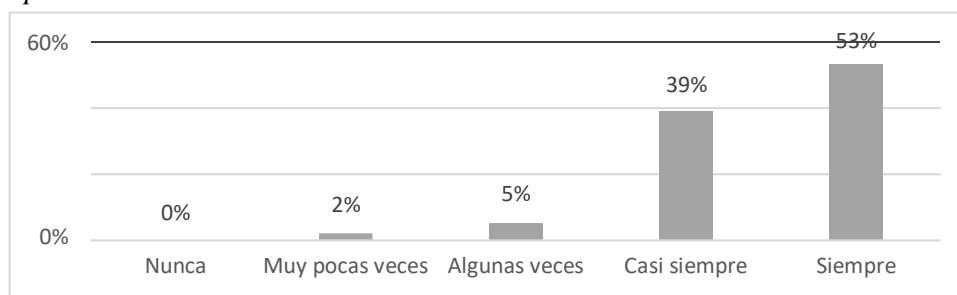
Según su percepción sobre la calidad de servicio, usted regresaría en otras oportunidades.

Ítems X_i	Frecuencia Absoluta f_i	Frecuencia Relativa h_i	Frecuencia relativa porcentual $h_i\%$	Frecuencia relativa porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	2	0.02	2%	2%
Algunas veces	5	0.05	5%	8%
Casi siempre	36	0.39	39%	47%
Siempre	49	0.53	53%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 7

Según su percepción sobre la calidad de servicio, usted regresaría en otras oportunidades.



Fuente: Tabla 7

Interpretación: de acuerdo al resultado de la tabla y figura 7 del 100% de encuestados, a la pregunta si su percepción sobre la calidad de servicio, usted regresaría en otras oportunidades, el 53% respondió siempre, un 39% casi siempre, 5% algunas veces, 2% muy pocas veces.

En la tabla 8. Los colaboradores resuelven sus dudas lo más pronto posible.

Tabla 8

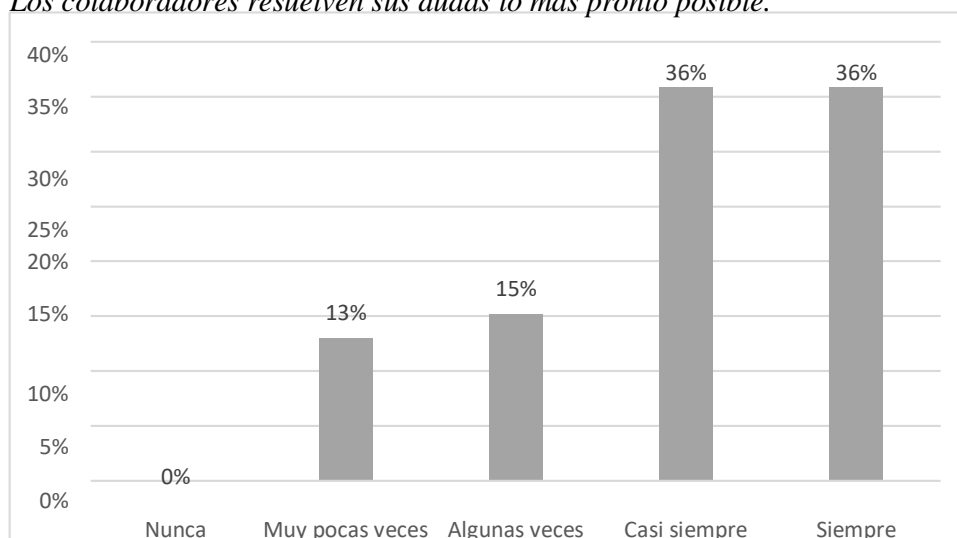
Los colaboradores resuelven sus dudas lo más pronto posible.

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
	absoluta f_i	relativa h_i	relativa porcentual $h_i\%$	relativa porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	12	0.13	13%	13%
Algunas veces	14	0.15	15%	28%
Casi siempre	33	0.36	36%	64%
Siempre	33	0.36	36%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 8

Los colaboradores resuelven sus dudas lo más pronto posible.



Fuente: Tabla 8

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 8 del 100% de encuestados a la pregunta si los colaboradores resuelven sus dudas lo más pronto posible, el 36% respondió siempre, 35% casi siempre, un 15% algunas veces y el 13% muy pocas veces.

En la tabla 9. La atención por parte de los colaboradores es inmediata.

Tabla 9

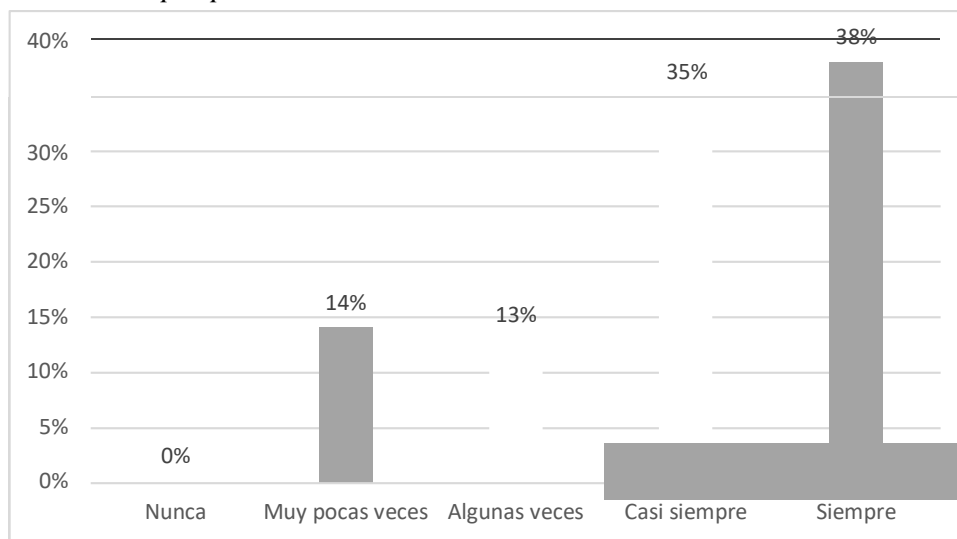
La atención por parte de los colaboradores es inmediata.

Ítems X_i	Frecuencia Absoluta f_i	Frecuencia Relativa h_i	Frecuencia relativa porcentual $h_i\%$	Frecuencia relativa porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	13	0.14	14%	14%
Algunas veces	12	0.13	13%	27%
Casi siempre	32	0.35	35%	62%
Siempre	35	0.38	38%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 9

La atención por parte de los colaboradores es inmediata.



Fuente: Tabla 9

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 9 del 100% de encuestados a la pregunta si atención por parte de los colaboradores es inmediata, un 38% respondió siempre, 35% casi siempre, 13% algunas veces, 14% muy pocas veces.

En la tabla 10. La empresa cumple con lo prometido en ofertas, promociones, entre otros.

Tabla 10

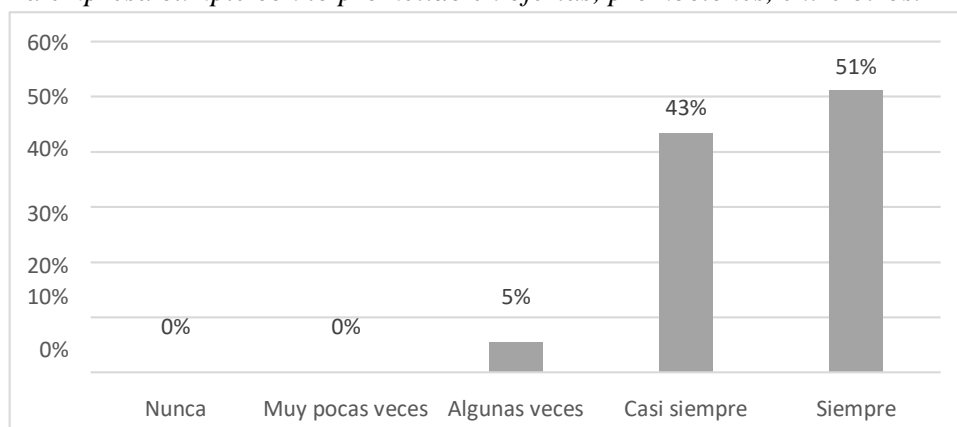
La empresa cumple con lo prometido en ofertas, promociones, entre otros.

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia relativa
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	RELATIVA $h_i\%$	porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	0	0.00	0%	0%
Algunas veces	5	0.05	5%	5%
Casi siempre	40	0.43	43%	49%
Siempre	47	0.51	51%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 10

La empresa cumple con lo prometido en ofertas, promociones, entre otros.



Fuente: Tabla 10

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 10 del 100% de encuestados a la pregunta si la empresa cumple con lo prometido en ofertas, promociones, entre otros, el 51% respondió siempre, 43% casi siempre, 5% algunas veces, 0% nunca y muy pocas veces.

En la tabla 11. Las promesas efectuadas por los colaboradores se cumplen.

Tabla 11

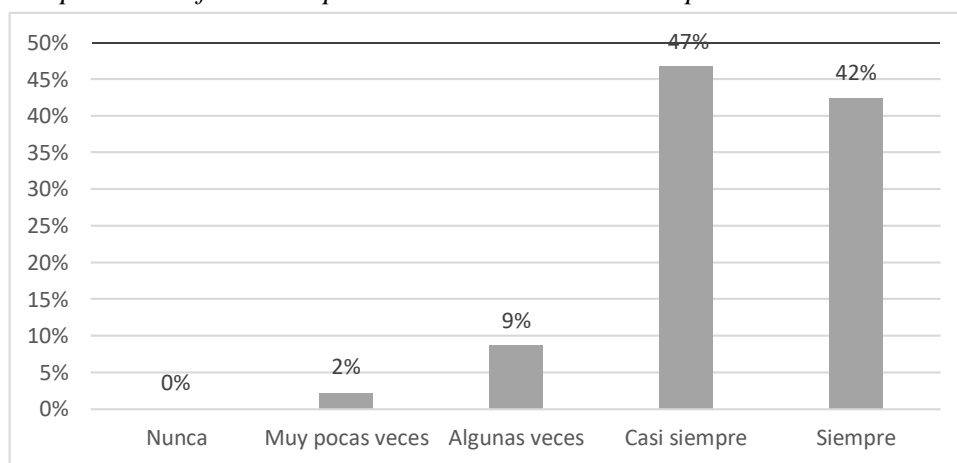
Las promesas efectuadas por los colaboradores se cumplen.

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia relativa porcentual	Frecuencia relativa porcentual acumulada
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	$h_i\%$	$H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	2	0.02	2%	2%
Algunas veces	8	0.09	9%	11%
Casi siempre	43	0.47	47%	58%
Siempre	39	0.42	42%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 11

Las promesas efectuadas por los colaboradores se cumplen.



Fuente: Tabla 11

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 11 del 100% de encuestados a la pregunta si Las promesas efectuadas por los colaboradores se cumplen, el 42% considera siempre, el 47% casi siempre, 9% algunas veces, 2% muy pocas veces.

En la tabla 12. El colaborador le brinda información oportuna sobre los productos

Tabla 12

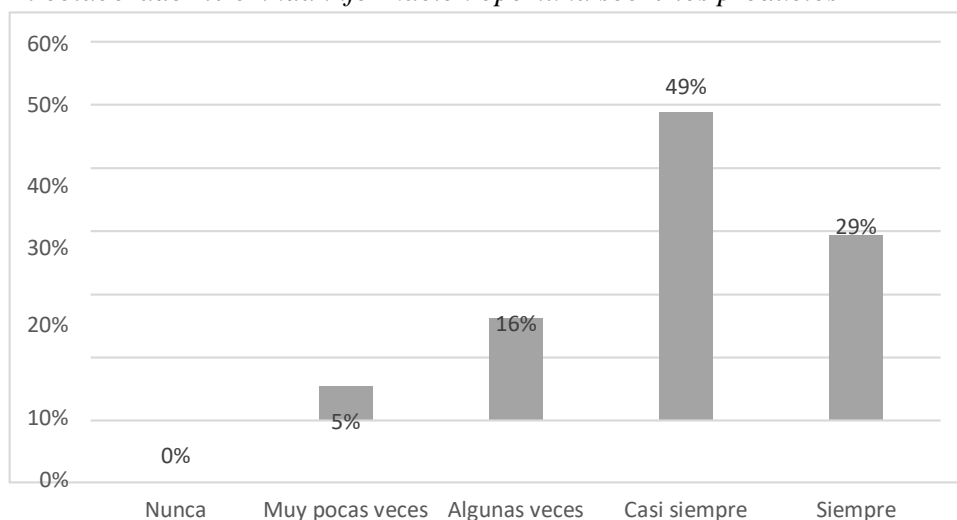
El colaborador le brinda información oportuna sobre los productos

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia relativa porcentual $h_i\%$	Frecuencia relativa porcentual acumulada $H_i\%$
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i		
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	5	0.05	5%	5%
Algunas veces	15	0.16	16%	22%
Casi siempre	45	0.49	49%	71%
Siempre	27	0.29	29%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 12

El colaborador le brinda información oportuna sobre los productos



Fuente: Tabla 12

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 12 del 100% de encuestados a la pregunta si el colaborador le brinda información oportuna sobre los productos, el 29% siempre, 49% casi siempre, 16% algunas veces, 5% muy pocas veces.

En la tabla 13. La empresa cumple con sus expectativas, para que usted pueda recomendar a terceras personas.

Tabla 13

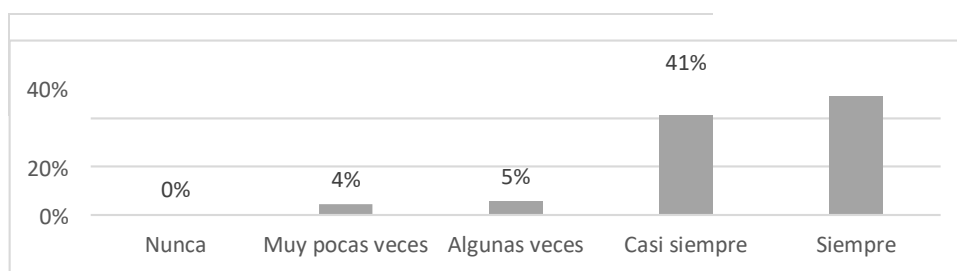
La empresa cumple con sus expectativas, para que usted pueda recomendar a terceras personas.

Ítems	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia relativa
X_i	f_i	h_i	relativa	porcentual
			$h_i\%$	$H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	4	0.04	4%	4%
Algunas veces	5	0.05	5%	10%
Casi siempre	38	0.41	41%	51%
Siempre	45	0.49	49%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 13

La empresa cumple con sus expectativas, para que usted pueda recomendar a terceras personas.



Fuente: Tabla 13

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 13 del 100% de encuestados a la pregunta si la empresa cumple con sus expectativas, para que usted pueda recomendar a terceras personas, el 49% respondió siempre, 41% casi siempre, 5% algunas veces, 4% muy pocas veces.

En la tabla 14. De acuerdo a la calidad de producto y atención usted recomendaría.

Tabla 14

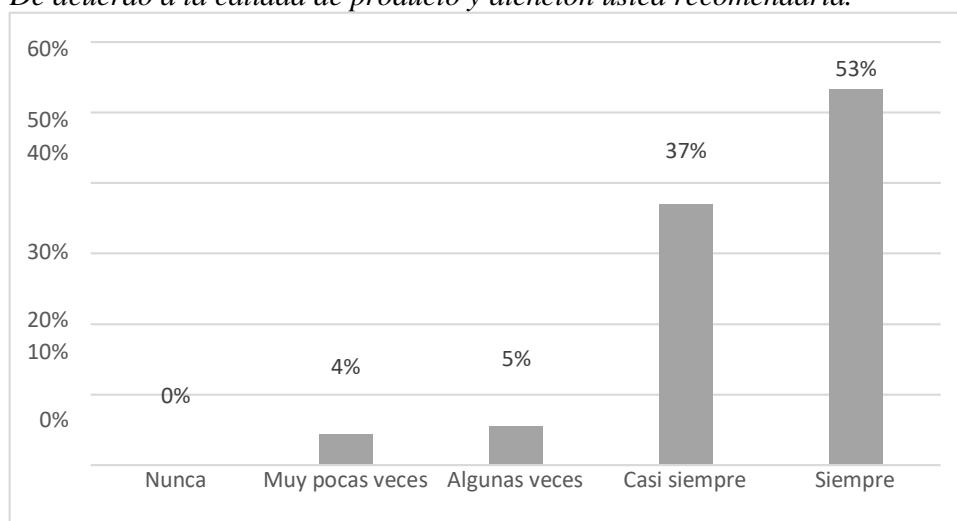
De acuerdo a la calidad de producto y atención usted recomendaría.

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia relativa
	absoluta f_i	relativa h_i	relativa porcentual $h_i\%$	porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	4	0.04	4%	4%
Algunas veces	5	0.05	5%	10%
Casi siempre	34	0.37	37%	47%
Siempre	49	0.53	53%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 14

De acuerdo a la calidad de producto y atención usted recomendaría.



Fuente: Tabla 14

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 14 del 100% de encuestados a la pregunta si de acuerdo a la calidad de producto y atención usted recomendaría, el 53% considera siempre, 37% casi siempre, 5% algunas veces y 4% muy pocas veces.

En la tabla 15. La calidad del producto cumple más allá de sus expectativas al ser adquirido

Tabla 15

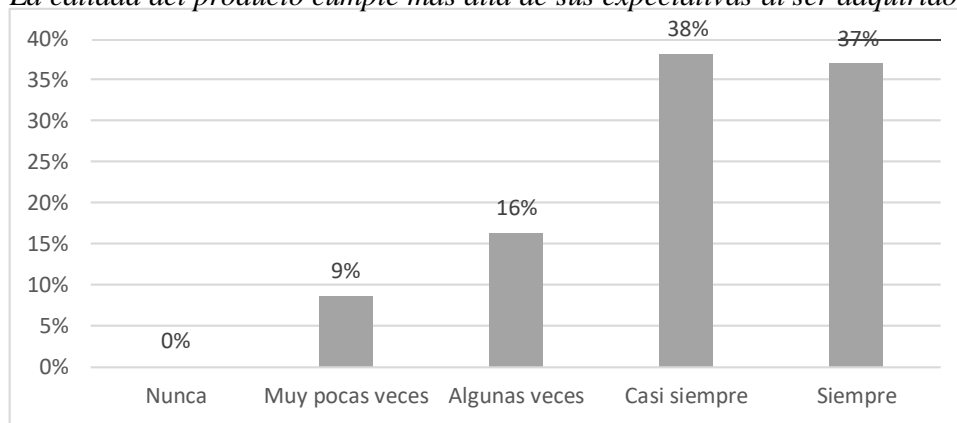
La calidad del producto cumple más allá de sus expectativas al ser adquirido

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	RELATIVA porcentual $h_i\%$	RELATIVA porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	8	0.09	9%	9%
Algunas veces	15	0.16	16%	25%
Casi siempre	35	0.38	38%	63%
Siempre	34	0.37	37%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 15

La calidad del producto cumple más allá de sus expectativas al ser adquirido



Fuente: Tabla 15

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 15 del 100% de encuestados a la pregunta si la calidad del producto cumple más allá de sus expectativas al ser adquirido, el 37% considera siempre, 38% casi siempre, 16% algunas veces, 9% muy pocas veces.

En la tabla 16. La atención y calidad del producto cumple con sus expectativas como cliente.

Tabla 16

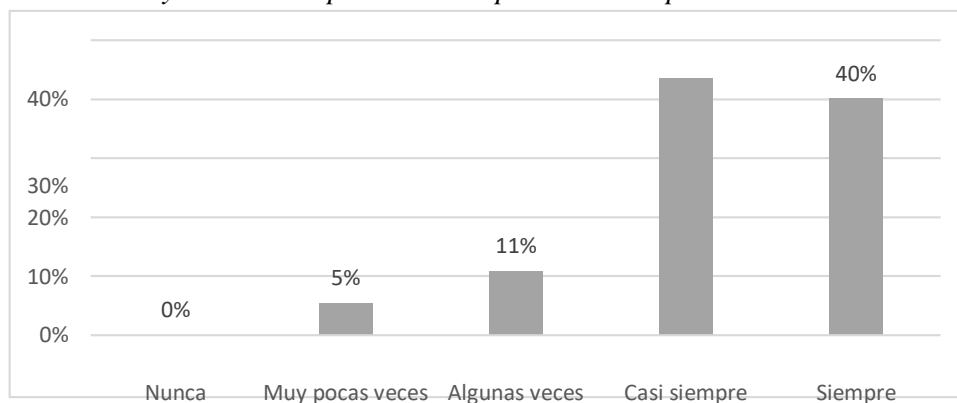
La atención y calidad del producto cumple con sus expectativas como cliente.

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	RELATIVA porcentual $h_i\%$	RELATIVA porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	5	0.05	5%	5%
Algunas veces	10	0.11	11%	16%
Casi siempre	40	0.43	43%	60%
Siempre	37	0.40	40%	100%
TOTAL	92	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 16

La atención y calidad del producto cumple con sus expectativas como cliente.



Fuente: Tabla 16

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 16 del 100% de encuestados a la pregunta si la atención y calidad del producto cumple con sus expectativas como cliente, el 40% considera siempre, 43% casi siempre, 11% algunas veces, 5% muy pocas veces.

Referente a: gestión de calidad

En la tabla 17. Conoce el termino de gestión de calidad

Tabla 17

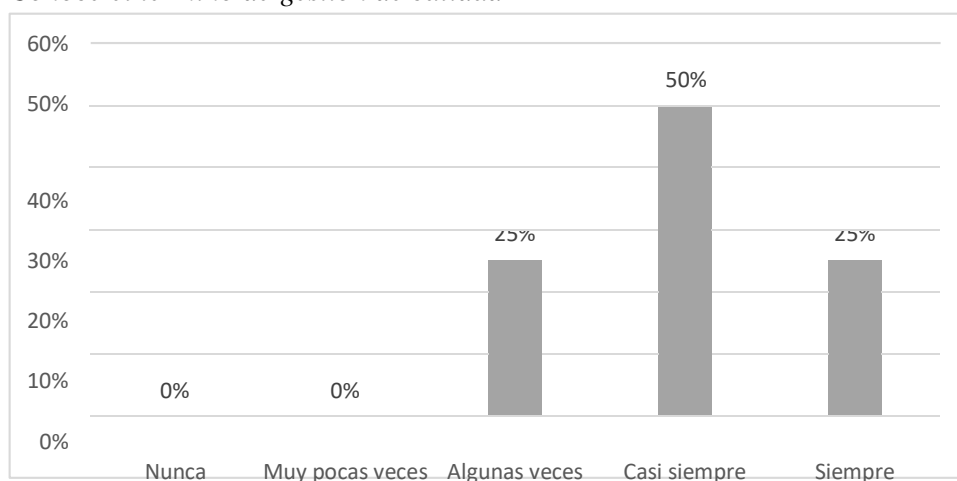
Conoce el termino de gestión de calidad

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	relativa porcentual $h_i\%$	relativa porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	0	0.00	0%	0%
Algunas veces	2	0.25	25%	25%
Casi siempre	4	0.50	50%	75%
Siempre	2	0.25	25%	100%
TOTAL	8	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 17

Conoce el termino de gestión de calidad



Fuente: Tabla 17

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 17 del 100% de encuestados a la pregunta si conoce el termino de gestión de calidad, el 25% respondió siempre, 50% casi siempre, 25% algunas veces, y 0% nunca, muy pocas veces.

En la tabla 18. Tiene dificultades con el personal para implementar la gestión de la calidad

Tabla 18

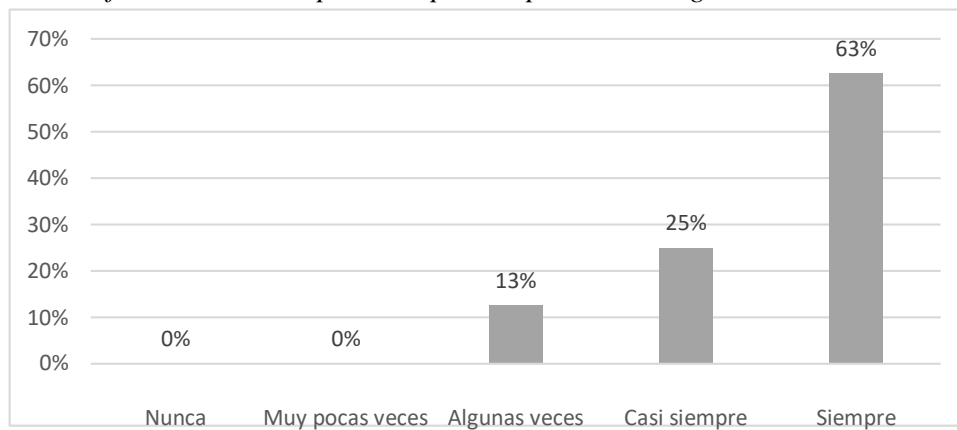
Tiene dificultades con el personal para implementar la gestión de la calidad

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	relativa porcentual $h_i\%$	relativa porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	0	0.00	0%	0%
Algunas veces	1	0.13	13%	13%
Casi siempre	2	0.25	25%	38%
Siempre	5	0.63	63%	100%
TOTAL	8	1.00	100.00%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 18

Tiene dificultades con el personal para implementar la gestión de la calidad



Fuente: Tabla 18

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 18 del 100% de encuestados a la pregunta si tuvo dificultades con el personal para implementar la gestión de la calidad, el 63% considera siempre, 25% casi siempre, 13% algunas veces, y 0% nunca, muy pocas veces.

En la tabla 19. Utiliza técnicas para medir el desempeño laboral

Tabla 19

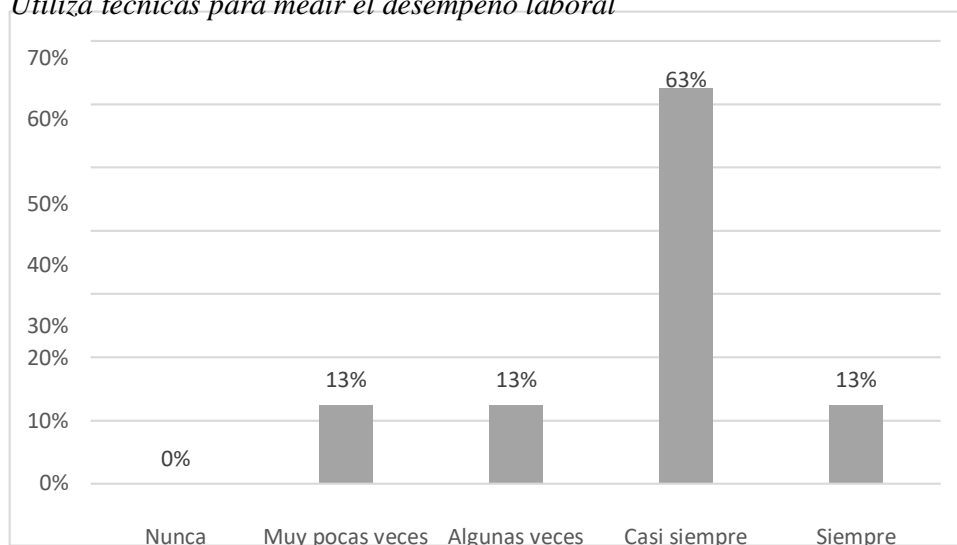
Utiliza técnicas para medir el desempeño laboral

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia relativa
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	RELATIVA $h_i\%$	porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	1	0.13	13%	13%
Algunas veces	1	0.13	13%	25%
Casi siempre	5	0.63	63%	88%
Siempre	1	0.13	13%	100%
TOTAL	8	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 19

Utiliza técnicas para medir el desempeño laboral



Fuente: Tabla 19

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 19 del 100% de encuestados a la pregunta si utiliza técnicas para medir el desempeño laboral, el 13% respondió siempre, 63% casi siempre, 13% algunas veces, 13% muy pocas veces.

En la tabla 20. Contribuye con la satisfacción al cliente

Tabla 20

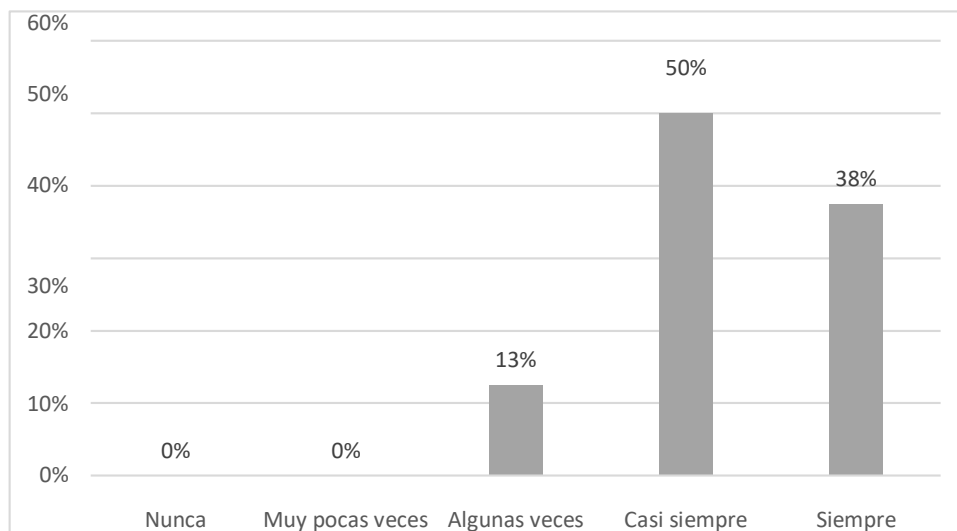
Contribuye con la satisfacción al cliente

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia relativa
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	RELATIVA h_i	porcentual $h_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	0	0.00	0%	0%
Algunas veces	1	0.13	13%	13%
Casi siempre	4	0.50	50%	63%
Siempre	3	0.38	38%	100%
TOTAL	8	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 20

Contribuye con la satisfacción al cliente



Fuente: Tabla 20

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 20 del 100% de encuestados a la pregunta si contribuye con la satisfacción al cliente, el 36% considera siempre, 50% casi siempre, 13% algunas veces, y 0% nunca, muy pocas veces.

En la tabla 21. Considera que sus clientes están satisfechos con el servicio recibido

Tabla 21

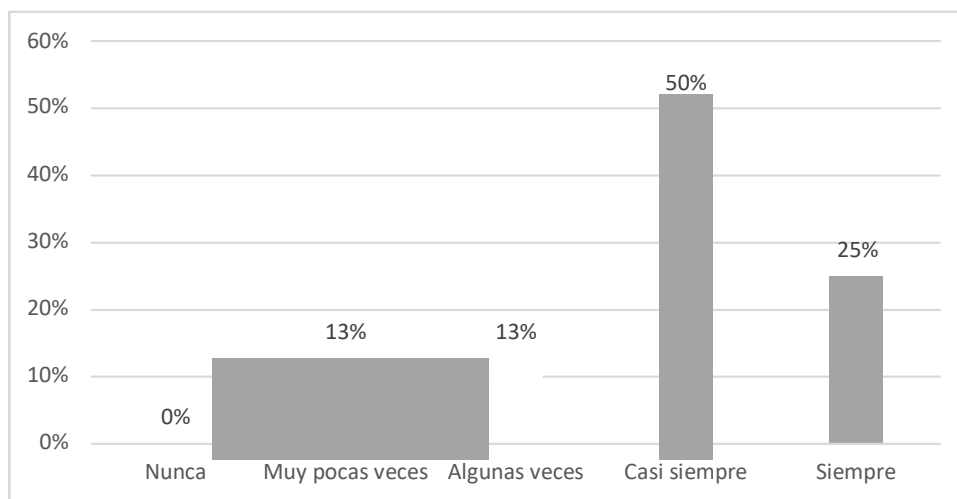
Considera que sus clientes están satisfechos con el servicio recibido

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia relativa
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	RELATIVA h_i	porcentual $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	1	0.13	13%	13%
Algunas veces	1	0.13	13%	25%
Casi siempre	4	0.50	50%	75%
Siempre	2	0.25	25%	100%
TOTAL	8	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 21

Considera que sus clientes están satisfechos con el servicio recibido



Fuente: Tabla 21

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 21 del 100% de encuestados a la pregunta si considera que sus clientes están satisfechos con el servicio recibido, el 25% considera siempre, 50% casi siempre, 13% algunas veces y muy pocas veces.

En la tabla 22. Considera que sus clientes están satisfechos con la fiabilidad que le brinda la empresa

Tabla 22

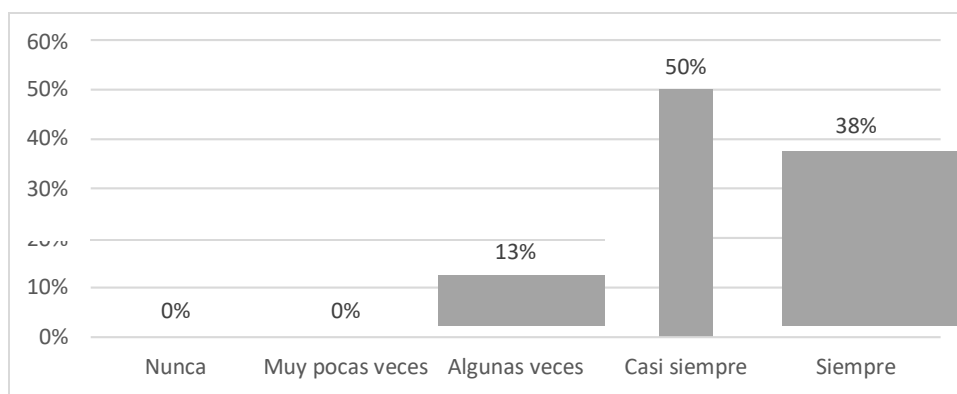
Considera que sus clientes están satisfechos con la fiabilidad que le brinda la empresa

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
	<i>ABSOLUTA</i> f_i	<i>RELATIVA</i> h_i	relativa porcentual $h_i\%$	relativa porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	0	0.00	0%	0%
Algunas veces	1	0.13	13%	13%
Casi siempre	4	0.50	50%	63%
Siempre	3	0.38	38%	100%
TOTAL	8	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 22

Considera que sus clientes están satisfechos con la fiabilidad que le brinda la empresa



Fuente: Tabla 22

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 22 del 100% de encuestados a la pregunta si considera que sus clientes están satisfechos con la fiabilidad que le brinda la empresa, el 38% considera siempre, 50% casi siempre, 13% algunas veces y, 0% nunca, muy pocas veces.

En la tabla 23. Considera que sus clientes están satisfechos con la seguridad que le brinda la empresa

Tabla 23

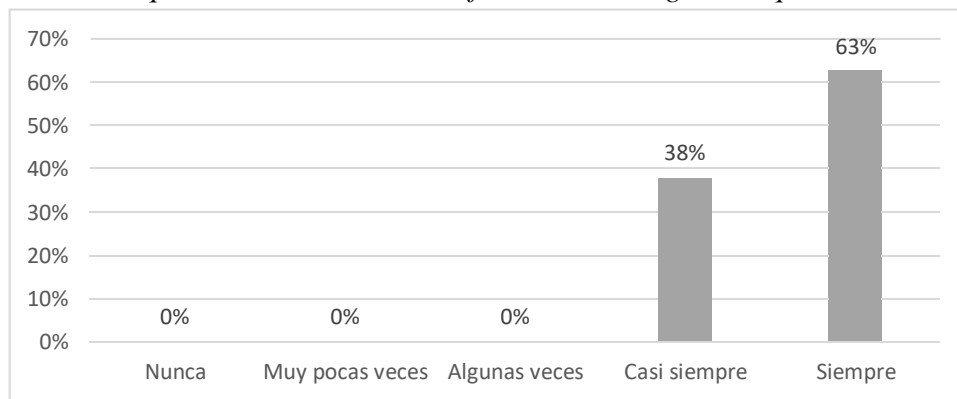
Considera que sus clientes están satisfechos con la seguridad que le brinda la empresa

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
	<i>ABSOLUTA</i> f_i	<i>RELATIVA</i> h_i	relativa porcentual $h_i\%$	relativa porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	0	0.00	0%	0%
Algunas veces	0	0.00	0%	0%
Casi siempre	3	0.38	38%	38%
Siempre	5	0.63	63%	100%
TOTAL	8	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 23

Considera que sus clientes están satisfechos con la seguridad que le brinda la empresa



Fuente: Tabla 23

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 23 del 100% de encuestados a la pregunta si considera que sus clientes están satisfechos con la seguridad que le brinda la empresa, el 63% considera siempre, 38% casi siempre, 0% algunas veces, muy pocas veces y nunca.

En la tabla 24. Considera que sus clientes están satisfechos con la empatía que le brinda la empresa.

Tabla 24

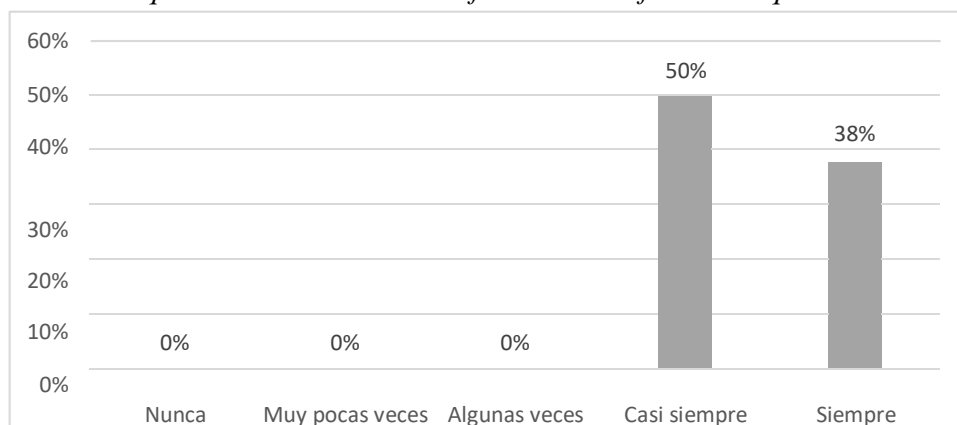
Considera que sus clientes están satisfechos con la empatía que le brinda la empresa.

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	relativa porcentual $h_i\%$	relativa porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	0	0.00	0%	0%
Algunas veces	0	0.00	0%	0%
Casi siempre	4	0.50	50%	50%
Siempre	3	0.38	38%	88%
TOTAL	7	0.88	88%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 24

Considera que sus clientes están satisfechos con la fiabilidad que le brinda la empresa



Fuente: Tabla 24

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 24 del 100% de encuestados a la pregunta si considera que sus clientes están satisfechos con la empatía que le brinda la empresa, el 38% respondió siempre, 50% casi siempre, 0% algunas veces, muy pocas veces.

En la tabla 25. Planifica la implantación de nuevas mejoras

Tabla 25

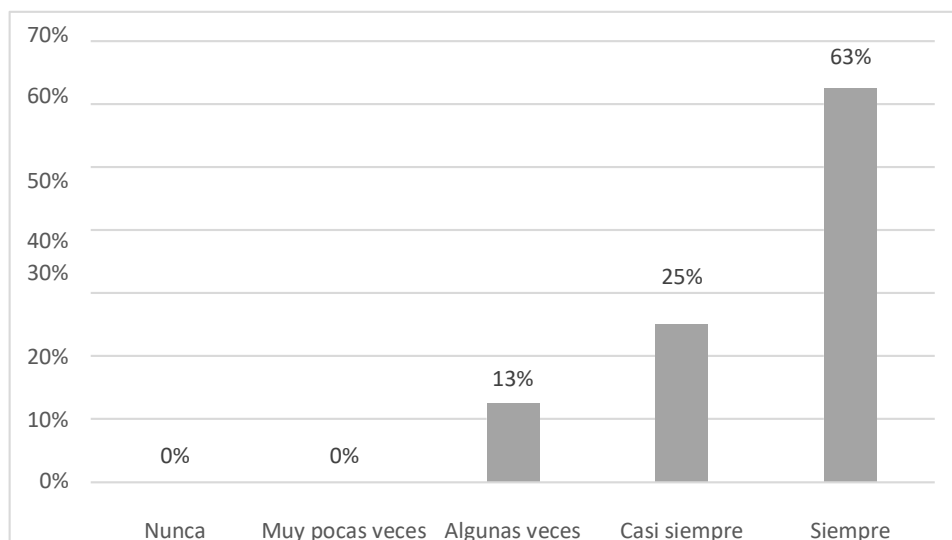
Planifica la implantación de nuevas mejoras

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	relativa porcentual $h_i\%$	relativa porcentual acumulada $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	0	0.00	0%	0%
Algunas veces	1	0.13	13%	13%
Casi siempre	2	0.25	25%	38%
Siempre	5	0.63	63%	100%
TOTAL	8	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 25

Planifica la implantación de nuevas mejoras



Fuente: Tabla 25

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 25 del 100% de encuestados a la pregunta si planifica la implantación de nuevas mejoras, el 63% respondió siempre, 25% casi siempre, 13% algunas veces.

En la tabla 26. Tiene un control de deficiencia (buzón de sugerencias)

Tabla 26

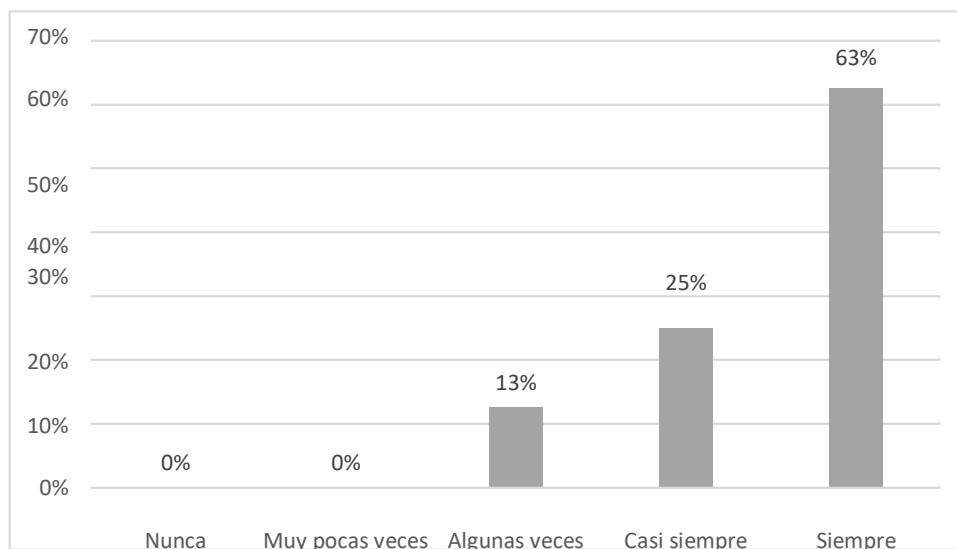
Tiene un control de deficiencia (buzón de sugerencias)

Ítems X_i	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia relativa
	ABSOLUTA f_i	RELATIVA h_i	RELATIVA h_i	porcentual $H_i\%$
Nunca	0	0.00	0%	0%
Muy pocas veces	0	0.00	0%	0%
Algunas veces	1	0.13	13%	13%
Casi siempre	2	0.25	25%	38%
Siempre	5	0.63	63%	100%
TOTAL	8	1.00	100%	

Nota: Fuente tabulación del cuestionario aplicados las Mypes

Figura 26

Tiene un control de deficiencia (buzón de sugerencias)



Fuente: Tabla 26

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 1 del 100% de encuestados se puede observar que el 63% siempre Tiene un control de deficiencia (buzón de sugerencias), un 25% casi siempre y el 13 respondió algunas veces.

5.2. Análisis de resultados

Según el objetivo específico N° 1: Describir la satisfacción del cliente en la Mype del sector servicios, Rubro Auto Accesorios, Caso: Los Gemelos SAC. del distrito de Juliaca, 2022. Al realizar el análisis de los resultados encontramos que el 100% de encuestados, el 42% considera que después de la atención brindada como cliente siempre queda conforme, 43 casi siempre percibe que el servicio es acorde a lo que esperaba, 51% siempre recomendaría a la empresa por su calidad de servicio, 37% respondió siempre recibió recomendaciones u opiniones de terceras personas como amigos y/o familiares para concurrir a la empresa, 48% siempre está satisfecho con los resultados obtenidos por el buen servicio, 47% el personal siempre fue capaz de resolver algunas dudas a la hora de adquirir el producto, 36% considera siempre a los colaboradores que resuelven sus dudas lo más pronto posible, 51% siempre la empresa cumple con lo prometido en ofertas, promociones, 53% de cliente siempre está dispuesto a recomendar.

Estos resultados difieren con lo encontrado en López (2018). Quien en su investigación concluye: la falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal.

Por otro lado, Kotler, (2003), indica que la satisfacción del cliente se define como la medida en que el estado mental de una persona se produce al comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

Según el objetivo específico N° 2 Determinar las características de la gestión de calidad de la Mype del sector servicios, Rubro Auto Accesorios, Caso: Los Gemelos SAC. del distrito de Juliaca, 2022. vemos que el 50% de socios casi siempre conocer el termino de gestión de calidad, 63% tuvo dificultades con el personal

para implementar la gestión de la calidad, 63% si utiliza técnicas para medir el desempeño laboral, 50% casi siempre contribuye con la satisfacción al cliente, 50% considera casi siempre sus clientes están satisfechos con el servicio, 63% considera que sus clientes siempre están satisfechos con la seguridad que le brinda la empresa, 63% siempre planifican la implantación de nuevas mejoras

Estos resultados difieren con Lozano (2021). siendo los resultados más importantes: el 66% no conoce el concepto de gestión de la calidad, 66% cree que los empleados carecen de iniciativa para implementar la gestión de la calidad, 66% utiliza la comunicación como herramienta de atención al cliente, 83% dijo que brindaron una buena atención. Como resultado, el 50% de las empresas mejoran la satisfacción del cliente.

Por otro lado, James (1997), Afirma que la gestión de la calidad es una filosofía de gestión orientada a la práctica que tiene como objetivo construir un proceso que pueda demostrar claramente el compromiso con el crecimiento y la supervivencia de una organización centrándose en las actividades que mejoran la calidad del trabajo y de la organización en su conjunto.

Según el objetivo específico N° 2. Elaborar la propuesta de mejora de la Mype del sector servicios, Rubro Auto Accesorios, Caso: Los Gemelos SAC. del distrito de Juliaca, 2022. En este trabajo de investigación se ha elaborado una propuesta de mejora para las Mypes del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Crucero, 2022.

VI. CONCLUSIONES

En esta investigación se determinó la propuesta de mejora de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la Mype. rubro auto accesorios, caso los Gemelos SAC del distrito de Juliaca, 2022. La propuesta de mejora para el caso de estudio está enfocada en mejorar el proceso de satisfacción del cliente y establecer parámetros de medición de calidad a través de encuestas, los socios deben ser capacitados en gestión de calidad e implementar el buzón de sugerencias.

En esta investigación se describió la satisfacción del cliente en la Mype. cuyos resultados en la mayoría de los clientes están satisfechos por el servicio obtenido y, un pequeño porcentaje muestra insatisfacción siendo materia de crear estrategias para mejorar el servicio.

En esta investigación se determinó las características de la gestión de calidad de la Mype, concluyendo que no tienen dificultades con el personal para implementar la gestión de calidad, pero poco conocimiento de los que es gestión de calidad de parte de los socios mayoritariamente por lo que es necesario aplicar estrategias y mejorar la gestión de la calidad para una mejor toma de decisiones.

En esta investigación se determinó plantear una propuesta de mejora en satisfacción del cliente y gestión de calidad, como: elaborar planes para mejorar la satisfacción el cliente, establecer parámetro de medición de calidad a través de encuestas a los clientes, capacitación de los socios en gestión de calidad.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Propuesta de mejora

Propuesta de mejora para la satisfacción del cliente y así lograr una mejor gestión de calidad en la empresa los gemelos SAC del distrito de Juliaca

Introducción

La propuesta de mejora se desarrolló con la finalidad de mejorar los aspectos relacionado con satisfacción del cliente y gestión de calidad que de acuerdo a los resultados obtenidos en las variables de satisfacción del cliente para la gestión de la calidad en la Mype del sector servicio, rubro auto accesorios, caso: los Gemelos SAC, viendo la necesidad de recomendar a los socios

Diagnóstico:

De acuerdo a los resultados obtenidos en la propuesta de mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la Mype del sector servicio, rubro auto accesorios, caso: los gemelos SAC., se ha podido determinar los siguientes problemas:

Satisfacción del cliente

- ✓ Se encontró que algunos clientes muestran poca satisfacción a la hora de hacer uso del servicio

Gestión de calidad

- ✓ Se encontró que los socios muestran poco conocimiento del termino de gestión de calidad
- ✓ Existe deficiencias para aplicar las técnicas para medir resultados

Objetivos:

Satisfacción del cliente

- ✓ Crear un plan para mejorar la satisfacción el cliente

- ✓ Crear un plan para establecer parámetros de medición de calidad a través de encuestas a los clientes.

Gestión de Calidad

- ✓ Elaborar un plan de capacitación para socios en gestión de calidad
- ✓ Crear un plan para implementar el buzón de sugerencias.

Problemas	Propuesta de mejora	Actividades	Tiempo	Indicadores de medición	Metas	Presupuesto	Responsables
Satisfacción del cliente Deficiencias en atención al cliente crea insatisfacción	Crear un plan para mejorar la satisfacción el cliente	Capacitar al personal en el tema de atención eficiente al cliente	Mensual	% del personal capacitado y competente	Participación del 100% del personal	Recursos propios	Gerente
	Crear un plan para establecer parámetros de medición de calidad a través de encuestas a los clientes.	Aplicar encuestas escritas y verbales para recabar información de los clientes. Procesar la información y realizar las mejoras	Quincenal	% de clientes satisfechos	100% de clientes satisfechos		
Gestión de la calidad Poco conocimiento del termino de gestión de calidad por parte de los socios	Elaborar un plan de capacitación para socios	Capacitar a los socios sobre gestión de calidad y herramientas de gestión de calidad	Mensual	% de socios capacitados y aprobados	Participación del 100% de los socios		
Deficiencias al utilizar técnicas para medir los resultados	Crear un plan para implementar el buzón de sugerencias.	Implementar un buzón de sugerencias	diario	% de errores corregidos	Participación del 100% de los socios		

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Acosta, (2017). Gestión de Calidad en la capacitación en ventas del micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapatería, centro de la ciudad de Chimbote. Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3721/Micro_Y_Pequeñas_Empresas_Gestion_De_Calidad_Acosta_Tejada_Maria_Nella_Rosa.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Da Silva, D. (23 de febrero de 2021). 8 problemas comunes en servicio al cliente y cómo resolverlos. Administración de la atención al cliente. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/problemas-comunes-con-clientes/>
- Del Pino, J. A. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en los principales restaurantes del Distrito de Juliaca Provincia de San Román 2018. Puno - Perú.
- Fernández y Ramírez, (2017). Propuesta en un plan de mejorar, basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa Distribuciones A&B. Universidad Señor de Sipan, Pimentel.
http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4068/TESIS%20FIN_AL%2002-08-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Ibarra, L. E., & Casas, E. V. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel: una medición de la calidad en el servicio. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ludeña, K. J. (2020). Propuesta de Mejora de Atención al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Hospedaje Caso: El Bosque, Nuevo Imperial- Cañete, 2019. Cañete, Perú.

- Dálessio, F. A. (2020). Soluciones Empresariales usando la calidad total. Perú:
Pearson Educación de Perú S.A.
- Diaz, M. J. (2015). Atención básica al cliente: manual teórico. Madrid: Editorial CEP
S.L.Investigación el Pacifico.
- Jabaloyes, J., Carot, J. M., & Carrion, A. (2020). Introducción a la Gestión de Calidad.
- Louffat, E. (2012). Administracion del potencial huamano. Buenos Aires Argentina:
Cengage learning.
- Marin, L. J., Sanabria, B., & Sanchez, M. I. (2019). Propuesta para la implementación
del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta
(Gate Gourmet). Bogota
- Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador. Seguridad
Jurídica en Materia Administrativa. Artículo 11.

ANEXOS

Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
N°	Actividades	AÑO 2022														
		Enero		Febrero			Marzo			Abril			Mayo			
1	Elaboración del Proyecto	X	X	X	X											
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación					X	X									
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación							X								
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor							X								
5	Mejora del marco teórico	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
6	Redacción de la revisión de la literatura.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
7	Elaboración del consentimiento informado		X													
8	Ejecución de la metodología							X								
9	Resultados de la investigación								X	X						
10	Conclusiones y recomendaciones										X					
11	Redacción del pre informe de Investigación.											X	X			
12	Reacción del informe final													X		
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X	X
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X
15	Redacción de artículo científico															X

Presupuesto

Presupuesto desembolsable (estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
- Impresiones	0.20	600	120.00
- Fotocopias	0.10	350	35.00
- Empastado	100.00	4	400.00
- Papel Bond A4	23.00	1	23.00
- Lapiceros	2.00	8	16.00
Servicios			
Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			694.00
Gastos de viaje			
- Pasajes para recolectar información	30	7	210.00
Sub total			210.00
Total de presupuesto desembolsable			904.00
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	4	160.00
- Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
- Recurso humano			
- Asesoría personalizada (5 horas por semana)	70.00	4.00	280.00
Sub total			280.00
Total de presupuesto no desembolsable			680.00
Total (S/.)			1584.00

Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CUESTIONARIO

El presente cuestionario está dirigido a los clientes y tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Propuesta de mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la Mype del sector servicio, rubro auto accesorios, caso: los gemelos SAC del distrito de Juliaca, 2022.” La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos e investigación, por lo que se agradece su información colaboración.

Lea y marque con un aspa (x) la respuesta que crea conveniente. El significado de cada número es el siguiente

5 = Siempre 4 = Casi siempre 3 = Algunas veces 2 = Muy pocas veces 1 =Nunca

N°	Satisfacción del cliente	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
D1: Rendimiento percibido		1	2	3	4	5
1.	Después de la atención brindada usted como cliente queda conforme.					
2.	La percepción que usted tiene ahora sobre el servicio es acorde a lo que esperaba.					
3.	Usted recomendaría a la empresa por su calidad de servicio.					
4.	Usted recibió recomendaciones u opiniones de terceras personas como amigos y/o familiares, para concurrir a la empresa.					
5.	Está satisfecho con los resultados obtenidos, por el buen servicio.					
6.	El personal fue capaz de resolver algunas dudas a la hora de adquirir el producto.					
7.	Según su percepción sobre la calidad de servicio, usted regresaría en otras oportunidades.					
D2: Expectativas		1	2	3	4	5
8.	Los colaboradores resuelven sus dudas lo más pronto posible.					
9.	La atención por parte de los colaboradores es inmediata.					
10.	La empresa cumple con lo prometido en ofertas, promociones, entre otros.					
11.	Las promesas efectuadas por los colaboradores se cumplen.					
12.	El colaborador le brinda información oportuna sobre los productos					
D3: Satisfacción		1	2	3	4	5
13.	La empresa cumple con sus expectativas, para que usted pueda recomendar a terceras personas.					
14.	De acuerdo a la calidad de producto y atención usted recomendaría.					
15.	La calidad del producto cumple más allá de sus expectativas al ser adquirido					
16.	La atención y calidad del producto cumple con sus expectativas como cliente.					

CUESTIONARIO

El presente cuestionario va dirigido a los accionistas de la Mype y tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Propuesta de mejora en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la Mype del sector servicio, rubro auto accesorios, caso: los gemelos SAC del distrito de Juliaca, 2022.” Para obtener el título de Licenciado en Administración.

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

Lea y marque con un aspa (x) la respuesta que crea conveniente. El significado de cada número es el siguiente

5 = Siempre 4 = Casi siempre 3 = Algunas veces 2 = Muy pocas veces 1 =Nunca

N°	Variable: Gestión de calidad	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
D1: Planeamiento de calidad		1	2	3	4	5
1.	Conoce el termino de gestión de calidad					
2.	Tiene dificultades con el personal para implementar la gestión de la calidad					
3.	Utiliza técnicas para medir el desempeño laboral					
4.	Contribuye con la satisfacción al cliente					
5.	Considera que sus clientes están satisfechos con el servicio recibido					
D2: Control de Calidad		1	2	3	4	5
6.	Considera que sus clientes están satisfechos con la fiabilidad que le brinda la empresa					
7.	Considera que sus clientes están satisfechos con la seguridad que le brinda la empresa					
8.	Considera que sus clientes están satisfechos con la empatía que le brinda la empresa.					
D3: Mejora de Calidad		1	2	3	4	5
9.	Planifica la implantación de nuevas mejoras					
10.	Tiene un control d deficiencia (buzón de sugerencias)					

Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a): Javier Choque Aquino, (Gerente).

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación para optar el título profesional de Licenciada en Administración titulada:

Propuesta De Mejora En La Satisfacción Del Cliente Para La Gestión De Calidad En La Mype, “Rubro Auto Accesorios” Caso: “Los Gemelos S.A.C.”,-Distrito De Juliaca, 2022.” Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes. Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 918208742, correo saúl_p_l@hotmail.com, con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Tumbes, Perú: Ralli Magipo Lizbeth Giovanna con celular N° 940408817.


AUTORIZADO POR:
LOS GEMELOS S.A.C.
Javier Choque Aquino
RUBRO AUTOS ACCESORIOS

INFORME DE OPIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE
INVESTIGACIÓN

I. DATOS CIENTÍFICOS:

1.1. Apellidos y nombre del informante (Ejemplo): Mgir. Can Condon, Ovan Yuo

1.2. Grado Académico: Magister en Educación con mención en **Psicología** (Universidad Católica de Chile)

1.3. Profesión: Ingeniero Economista

1.4. Lugar donde labora: Universidad de Chile

1.5. Cargo: Profesor Asistente

1.6. Historia del Instrumento: "Propuesta de modificación de la clasificación de los productos de consumo de la JIC del sector, en el rubro de los productos de consumo, en los sectores SAC del distrito de Jhuay - 2022"

1.7. Autor del Instrumento: Ponente Luque, Juan

1.8. Carrera: Administración

II. ANEXOS:

1. Anexo de datos al instrumento de investigación

	Validación de datos	Validación de datos	Validación de datos	
	El ítem	El ítem	El ítem	
1	CG1111buy1	CG1111buy1	CG1111buy1	
2	med1rel	med1rel	med1rel	
3	uidi<ado<	uidi<ado<	uidi<ado<	
4	olani<ado	olani<ado	olani<ado	
5	"0	SI	"0	St
6	NO			
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				

Ítem 10: Calidad de vida - Cadenas de calidad

Nº de ítem	Descripción	Indicador	Medida	Unidad	Valor	Observaciones
1	Elaboración de un plan de mejora de la calidad	SI	XO	SI	VO	1
2	Elaboración de un plan de mejora de la calidad	SI	XO	SI	VO	1
3	Elaboración de un plan de mejora de la calidad	SI	XO	SI	VO	1
4	Elaboración de un plan de mejora de la calidad	SI	XO	SI	VO	1
5	Elaboración de un plan de mejora de la calidad	SI	XO	SI	VO	1
6	Elaboración de un plan de mejora de la calidad	SI	XO	SI	VO	1
7	Elaboración de un plan de mejora de la calidad	SI	XO	SI	VO	1
8	Elaboración de un plan de mejora de la calidad	SI	XO	SI	VO	1
9	Elaboración de un plan de mejora de la calidad	SI	XO	SI	VO	1
10	Elaboración de un plan de mejora de la calidad	SI	XO	SI	VO	1

Dimensión: Mejora de calidad

Objetivo: Mejora de la calidad



Nota: se adjunta el proyecto de investigación

r,TOR,\IC DI OPLIIIÓI' DE •:XPERTOS DEL INSTRUMENTO DE
II'YESTIGACIÓN

I. D\TOSGE,ERALES:

1.1. Apellido y nombre del informante (E11>erto): Dr PILCO CIURATA, Juun Mouric,o

1.1.1. Grado Académico: Doctor en Adm,n,sirac,ón

1.1.2. Prof.ión: AdnunISIIIk:lón de Empre<as

1.1.3. U. In.,huclón donde labora: Un\cr>idad Andina Néstor Cáceres, VchlsqtlC7.

1.5. C'ri:io que d. _mpd1: Doc<,nie un" c" nano

1.6. Oenom,uclón del In.irumcoio: -Propuesta de meJOn en la solisfaccón del cuenta pcuu

i. g.,:suón de cahdad en la Myc dd S<Clor servrcro, rubro auto neccsonos, case los

~kls SAC del datn10 de Juhaca, 2022"

1.7. Autor del inMrumnto: Ponce Luque, Som.el

1.8. C.rn,ro: AdmImstniclón

ftm~ t-0fb	ndie.nts 11ini1rumtn101: Sati'facción al Cliente	V-Hdad, cons:tro:10		V1l1du. de crltt.1'io	ObjC'M'Ationti
t'l. dt:ítub	OUnn	titcm	conInbuyei a n(Oárd	l'itcln penmte cludt:11 n los sujel' en l' categorlas es1.abLC,;1cta,	
	con:tr:io:10	Indkador	•lmlclado	SI T NO	
	SI	XO	,1	NO	SI T NO
: Rc,..Umloeto ptrdbldo					
			Y)	
			(II	
			")))	
			II)	
			II)	
			e	i	
			X	-C	
, Dmt:slón : Es pect11h....					
			o/		
))	
			>		
			X	>	
			i)	
- Sads111tt16a					
			II)	
))	
			i	i	
			i	,(

Ítems eeres, ndiftdfS al ift\:\:rumtan 2: Gestión de Calidad

:\. de Ítru	Elilem	V•lidudr		V9Hde.ide		Obstn--adontt	
		contnbu>e•	m<dird	mdtcador	Eldem pcmure		clesif,car I los
		SI	ISO	SI	XO	SI	NO
Dlme'atl61 : Plaarnmifflo de colldld							
1	~		v			X	
2	v		X			L	
J	'l		X			X	
4	"		X			X	
S	—)(")	
Dimensión : Control de alid•d							
6	v		"			X	
7)		v'			v	
8)		X			v'	
Dimensión: Mtjora dt .. lld•d							
9)		"			'	
10	"		:/			"	

Orrasobwn :acion~ gtacrala:-


 DR. FILCO CHURATA, Juan Mauricio
 DNI 02429612

Il'Gta se a<!jun,ael proyec,o de 111\CStigación

FORMULARIO DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombre del informante (Elaborador): Dr. Alvarez Gallego, Aurelio F.

1.2. Grado Académico: Doctor en Administración II.

Profesión: Administración y Mercadotecnia, Universidad

donde labora: Universidad UNAMISA S.C. que

debe ser: Docente Universitario

1.6. Descripción del instrumento: "Propuesta de mejora en la satisfacción del cliente en la atención de calidad en la Myce del Servicio, rubro auto accidentes, caso los gemelos SAC del día de Jubaca, 2022"

1.7. Autor del instrumento: Ponce Lopez, Samuel

IS. Carné: Administración

II. VALIDACIÓN

Ítems correspondientes al instrumento I, Satisfacción al Cliente

Identificación	Validación	Comentario
El	El	El

Ítem	Wilespoodc		contribu		dwfca, a los		Observación
	Indicador	Diendo	SI	NO	SI	NO	
1	✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		
5	✗		✓		✗		
6	✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		

Observaciones:

IJ	X	✓	X
H	✓	✓	✓
IS	X	✓	oJ
16	✓	✓	✗

fttml torresl)Oodieatts 11111.,:rrumtnt 2 Cetim de calidad

dt: Ítm	com,po,,dc,,	COfth-)C a	Valklt- dt: .	Va.Gdad
1	SI	XO	SI	XO
2	X		X	
3	X		X	
4	X		X	
S	X		X	

Oimensi6n : Control dt calidad

6	X	X	:X	1	1
	X:	V	~		1
			v'		1

Dimensi6n: Mejora dt calidad

9	>>	'X	1 >>	1	1
10	...	>>"	X		1

Otro, obstl"a<lonn gttl•nilto:



Nota: se adjunta el proyecto de investigación



CITESTIONARIO

El presente cuestionario está dirigido a los clientes y tiene por finalidad recoger información para diseñar el trabajo de inversión en el rubro "Propuesta de mejoramiento en la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la MYPE del sector agropecuario, rubro autoconsumo los gemelos SAC del distrito de Juchaca, 2022". La información que usted proporciona será utilizada solo con fines académicos e investigativos, por lo que se garantiza su confidencialidad.

Lea y marque con un símbolo la respuesta que crea conveniente. El significado de cada número es el siguiente:

5 - Siempre 4 - Casi siempre 3 - A veces 2 - Muy pocas veces 1 - Nunca

N°	Situación del cliente	VALUACIÓN				
		1	2	3	4	5
D1: Rendimiento percibido						
1.	de la atención brindada usted como cliente...				X	
2.	La percepción que usted tiene sobre el servicio es...				X	
3.	... por su método de servicio...				X	
4.	... opiniones de terceros personas como...				X	
5.	... satisfecho con los... obtenidos, etc.				X	
II. Expectativas						
01: Expectativas						
6.	El personal fue... de mostrar algunas dudas a la hora de adquirir el...					
7.	... en su procedimiento sobre la calidad de servicio usted regisra...					
8.	... dudas legítimas...				X	
9.	... de los colaboradores es adecuada...				X	
10.	La empresa cumple... lo prometido en oferta, promociones, etc.					X
11.	... efectuadas... los colaboradores...					X
D2: Satisfacción						
12.	La empresa cumple con sus expectativas, por que usted pueda...					X
13.	... acuerdo a la calidad de... usada...					X
14.	... calidad del producto cumple... allá de sus expectativas...					X
15.	La atención y calidad del producto cumple con sus expectativas como...					X



L... 10... Au CAE... A, t (L... 1 t...
t... 1

Ci ESTI01'ARJO

El pracmc cuestionario vo dmgo do • le× accromstas de la Mypo y nene por finahdad n, cogaf- onfoonac,ón para dc, armllar el tmb•Jo de invst, gac, ó, l floulo do "Propuesta de ~, ora en la saufacc, on del cliente pon, la seflón de calida~ en ta Mypc del sector , en, lc10, rubro• uio- nos, case los gemelos SAC del dismro de Juhaea, 2022 "Por o blt'ner el utulo de L1cmculdo en Adm1n1'ración

U Infonnac:10n que usted propon: lon< senl ull117, nda solo con fines ac•dém, cos e m, csl lpc, ón, por lo que se agradece su Infonnoc:10n colabomcl'n

lea y m, vque con un upo (x) 13 re, pue113 que crea convememe. U! slQnolcado de cada nwnero es el l>gulente

S Socmpn: 4 - Caso s, cmpn: 3 - Algun. is veces 2 • Muy poons ""es l N, n•: n

Tri11to: CMtón de colic•cl		VALORACIÓII			
		?	J	4	S
01: Pt.. Hmltnoo deeo1ld•d					
1.	Conoce <11cm1no de icst•ón de eahdad		X		
2.	tene d, ricullldes con el personal pon, llmpconenrar la ~estón de ll hJoj				
J.	Uu ~ n, as para medir el dcsempeno lobomt				
~.	onbu)e con la , f. 1. ti ehene			X	
s.	ons, dera que sus clic11CS cslAn sauf, f: chos con el servicio rec1b1do				
01: Control de Calidad		2	3	4	S
6.	considera que <us ehemes cslAn sauf, fchos con la flab, hdnd que le pn: sa			X	
7.	Je <1H clicnlé< e- lán ; alis< chos con ln seguridad que le pn: so				
8.					
01: Mtjono de C11idld		2	J	J	5
9.	anficall1mplantacón de nue, as me, oras			f.	
10.	T, cne un conuol de dc>elC11C" (but. ón de sugrenc, a.)				Z