



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO LIBRERÍA, CASO LIBRERÍA
BAZAR JESSICA, LIMA, 2020**

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

**AUTORA
VILLARREAL TIRADO, GRACIELA MARITZA**

ORCID: 0000-0002-9400-4269

**ASESORA
ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA
ORCID: 0000-0001-9618-6177**

**CAÑETE – PERÚ
2023**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Villarreal Tirado, Graciela Maritza
ORCID: 0000-0002-9400-4269
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Cañete, Perú

ASESORA

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia
ORCID: 0000-0001-9618-6177
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e
Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. Canchari Quispe Alicia
ORCID: 0000-0001-6176-191X

Mgtr. Rosillo de Purizaca María del Carmen

ORCID: 0000-0001-2177-5676

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Canchari Quispe Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

Presidente

Mgtr. Rosillo de Purizaca María del Carmen

ORCID: 0000-0001-2177-5676

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme toda una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo la felicidad.

Asimismo, agradezco a mi familia que estuvieron en todo momento brindándome su apoyo y confianza en cada una de mis metas y objetivos propuestos en mi carrera profesional

A cada uno de mis asesores quienes a través de sus conocimientos y enseñanzas me han guiado con paciencia en el transcurso de la elaboración de este estudio, gracias a ellos he tenido la perseverancia de culminar con éxito esta investigación.

DEDICATORIA

Esta investigación va dedicado a mi familia que en todo momento fueron mi apoyo y me demostraron toda su confianza que lograría mi objetivo, me motivaron día a día a seguir adelante a nunca rendirme y a tener perseverancia.

Con todo mi corazón esta investigación está dedicada a mi padre que ahora es mi ángel quien me acompaña en todo momento, el que estoy segura que desde algún lugar del cielo se sentirá orgulloso de que culmine mi carrera profesional.

INDICE DE CONTENIDO

1. Carátula.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria.....	iv
5. Índice de contenido.....	vi
6. Índice de tablas y figuras.....	vii
7. Resumen y abstract.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	9
2.1 Antecedentes”.....	9
2.2 Bases Teóricas de la Investigación.....	25
2.3 Marco Conceptual.....	33
III. Hipótesis.....	35
IV. Metodología.....	36
4.1 Diseño de la investigación.....	36
4.2 Población y muestra.....	37
4.3 Definición y Operacionalización de las variable e indicadores.....	39
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	41
4.5 Plan de análisis.....	42
4.6 Matriz de Consistencia.....	43
4.7 Principios éticos.....	44
V. Resultados.....	46
5.1 Resultados.....	46
5.2 Análisis De Resultados.....	57
VI. Conclusiones.....	65
VII Recomendaciones.....	67
Referencias bibliográficas.....	83
Anexos.....	91

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.....	46
Tabla 2 <i>Características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020</i>	50
Tabla 3 <i>Propuesta de mejora de la Atención al Cliente para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Librería, caso Librería Bazar Jessica, Lima, 2020.</i>	55

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Expectativa de los clientes respecto al servicio brindado	115
Figura 2. Sugerencia de los clientes para brindar buen servicio.....	115
Figura 3. Calidad de los productos garantiza la satisfacción al cliente	116
Figura 4. Servicio brindado satisface las necesidades de los clientes	116
Figura 5. Visita frecuentemente la librería para compra de libros y materiales	117
Figura 6. La atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento	117
Figura 7. Recomendación de los productos con amigos y familiares.....	118
Figura 8. Implementando estrategias de fidelización contribuiría con la mejora de la empresa	118
Figura 9. Establece la garantía de brindar servicio de calidad.....	119
Figura 10. Horario de atención es el adecuado	119
Figura 11. El cliente recomienda el servicio a familiares y amigos	120
Figura 12. Al cliente le resulta fácil el pago a través de un aplicativo móvil.....	120
Figura 13. El personal de la librería está conforme con el ambiente de trabajo.....	121
Figura 14. Materiales incorporados son los adecuados	121
Figura 15. Ante los problemas se encontro la solución apropiada	122
Figura 16. Establecer mejoras a la empresa a largo plazo	122
Figura 17. Productos que se comercializa de buena calidad.....	123
Figura 18. Personal atiende con amabilidad y eficiencia.....	123
Figura 19. Ambiente del local se encuentra limpio y ordenado	124
Figura 20. Conforme con la relación calidad / precio de los productos	124
Figura 21. Local ambientado con buena presentación.....	125
Figura 22. Incluye sorteos o promociones en la librería.....	125
Figura 23. Toma en cuenta sugerencias del personal	126
Figura 24. Autoevaluación para detectar avances y errores	126
Figura 25. El personal conoce los objetivos de la atención al cliente y está orientado	127

RESUMEN

La presente investigación Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso librería Bazar Jessica, Lima, 2020. Presentó como objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente en la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020. La metodología fue de diseño no experimental – transversal descriptivo de propuesta de enfoque cuantitativo. Se utilizó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario de 25 preguntas realizado a 10 trabajadores de la micro y pequeña empresa librería Bazar, obteniendo los siguientes resultados: El 70% de acuerdo con el ambiente de trabajo, el 70% de acuerdo que ante los problemas se encontró la solución apropiada, el 60% de acuerdo con la relación calidad precio de los productos, el 50% de acuerdo con las sugerencias del personal, el 70% de acuerdo que la calidad de los productos garantiza la satisfacción al cliente, el 80% de acuerdo considera que el horario de atención es el adecuado. Se concluye que la totalidad de los representantes consideran importante la labor del personal en la Mypes, pero que existen debilidades en la satisfacción del cliente, así mismo se necesita fortalecer la gestión de la calidad en la empresa. La empresa debe tomar acciones y conocer primero su situación para de esa forma medir la satisfacción del cliente y evaluar la calidad de su experiencia. Se planteo un plan de mejora para atender la problemática encontrada los cual involucra a trabajadores y propietario.

Palabras Clave: Atención, Calidad, Cliente, Gestión, Propuesta.

ABSTRACT

The present investigation Proposal for the improvement of customer service for quality management in micro and small companies in the commerce sector, bookstore category, Bazar Jessica bookstore case, Lima, 2020. It presented as a general objective: Prepare the proposal to improve the Customer service in quality management of micro and small companies in the commerce sector, Bookstore category, case: Bazar Jessica Bookstore, Lima 2020. The methodology was non-experimental design - descriptive cross-sectional proposal of a quantitative approach. The survey technique was used through a 25-question questionnaire made to 10 workers of the micro and small Bazar bookstore company, obtaining the following results: 70% agree with the work environment, 70% agree that before the problems, the appropriate solution was found, 60% agree with the price-quality ratio of the products, 50% agree with the staff's suggestions, 70% agree that the quality of the products guarantees customer satisfaction, the 80% agree that the opening hours are adequate. It is concluded that all the representatives consider the work of the personnel in the Mypes important, but that there are weaknesses in customer satisfaction, likewise it is necessary to strengthen quality management in the company. The company must take action and first know its situation in order to measure customer satisfaction and evaluate the quality of their experience. An improvement plan was proposed to address the problems found, which involves workers and the owner.

Key Words: Attention, Quality, Client, Management, Proposal.

I. INTRODUCCIÓN

Vivimos en un mundo globalizado, la gestión de calidad, así como la atención del cliente es un elemento fundamental para el cumplimiento de los objetivos en las organizaciones, pero a pesar de ello a un existen empresas que no le están dando la debida importancia por consiguiente esto se ve afectado en los resultados ya que solo lo ven como un recurso lucrativo, en respuestas a ellos los clientes no se sienten satisfechos con el trato que reciben.

Según Villar (2017) En el Perú, el 96,5% de las empresas que existen pertenecen al sector de micro y pequeñas empresas y representan más de 8 millones de los empleos generados, esta cantidad de acuerdo con la sociedad de Comercio Exterior del Perú, aunque este porcentaje ha ido disminuyendo junto con el número de medianas y grandes empresas frente al 2016 . Debido a que estas empresas se constituyen teniendo un conocimiento reducido sobre lo que es gestión de calidad y las diferentes técnicas las cuales pueden ser de gran ayuda hacia el trato con los clientes, haciendo que su eficiencia y productividad sea cada vez menor; es por eso que Comex Perú en compañía de la Ministra de la mujer, lanzó la décima edición de la cumbre pequeñas y medianas empresas, con la finalidad de aportar herramientas y conocimientos a los micro y pequeños empresarios para que puedan fortalecer sus capacidades y le ayuden a interactuar de mejor manera con los clientes, pero además de esto resaltar la importancia de implementar una gestión de calidad, ya que en el Perú las micro y pequeñas empresas siguen aumentando, por lo tanto se debe buscar nuevas formas de aumentar la satisfacción de los clientes.

Según la Revista Forbes Staff. (2015). En México generan cerca del 72% de los empleos formales de la economía, no obstante, la mayor parte de estas empresas tienen

errores que los lleva al fracaso, es este caso el principal problema es ofrecer cosas imposibles a los clientes, es decir los clientes no cuentan con la seguridad de que las micros y pequeñas empresas cumplan con lo que prometen, dicho artículo refiere que las Mypes consideren capacitar al personal que labora en el comercio con respecto al servicio de atención al cliente, también es necesario que mejoren la infraestructura y organización interna de los comercios para una mejor accesibilidad y buena exhibición de los artículos.

La investigación se ha basado en las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librería, en el distrito de Lima estos establecimientos comerciales son concurrentes estudiantes y público en general en donde esperan que se les pueda dar en mejor trato posible para que su estadía sea agradable mientras realizan sus compras en los establecimientos librerías; mientras transcurre este proceso el trato y la atención que debe obtener el cliente debe ser gratificante, situación que no refleja nuestra realidad y dar paso a que esta obtenga beneficios a la larga, como pueden ser los clientes potenciales.

Como se sabe en la actualidad la competencia abunda en diversos rubros, en este caso el tema Librería lo cual es fundamental darnos cuenta la diferencia de nuestra calidad de servicio, esto solo se podrá conseguir conociendo a fondo los requerimientos de los clientes es por ello que se llevara a cabo este trabajo de investigación titulado : *Propuesta de mejora de la Atención al Cliente para la Gestión de la Calidad en las Micro y Pequeña Empresa, Sector Comercio, Rubro, Librería, Caso: Librería Bazar Jessica. Distrito Rímac, Lima 2020.* Este trabajo de investigación tiene como propósito estudiar la calidad de atención al cliente en la Librería Bazar Jessica por eso se propuso.

Hoy en día, los gobiernos de países en desarrollo reconocen la importancia de las Mypes por su contribución al crecimiento económico, a la generación de empleo, así como al desarrollo regional y local. Sin embargo, las Mypes tienen algunas dificultades en virtud de su tamaño: acceso restringido a las fuentes de financiamiento; bajos niveles de capacitación de sus recursos humanos; limitados niveles de innovación y desarrollo tecnológico; baja penetración en mercados internacionales; bajos niveles de productividad; baja capacidad de asociación y administrativa.

En relación con la gestión de calidad se manifiesta como el principal factor de decisión para los clientes que demandan cada vez más productos y servicios, cobrando tanta fuerza e importancia que se considera la clave del éxito en cualquier empresa. De tal manera que es totalmente cierto que si se logra entender a un cliente satisfecho se llega a considerar pieza fundamental ya que formaría un activo de gran importancia para una empresa; una persona satisfecha puede llegar a generar un número más alto de beneficios para la empresa que el cliente impactado por campañas publicitarias.

Santiago (2018) afirma que el sistema de gestión de la calidad (SGC), corresponde al conjunto de elementos pertenecientes a una empresa, que se relacionan entre sí con la finalidad de administrar la calidad de la organización, para así poder lograr la satisfacción de los clientes. Elementos como la estructura organizacional, los procesos, los recursos materiales y humanos, el capital, etc., son elementos que cumplen un objetivo común: lograr la calidad total de la empresa

De acuerdo al contexto internacional, en España el 99% de las empresas son pymes con menos de 250 trabajadores (Lorenzana, 2019). También en Estados Unidos, la realidad no es diferente y la cantidad de empresas emprendedoras también es importante y “las Pymes brindan trabajo al 53% de la población, también representan

el 47% de las ventas totales en el país y aportan al 51% del producto bruto interno (Van, 2018). También se puede mencionar en América Latina, a Colombia, cuya cantidad de MYPE representan 1 millón 620 mil empresas, 6793 grandes, 109 mil pymes y 1.5 millones de microempresas (Cámara de Comercio de Colombia, 2018)

Suárez (2019) en Ecuador, presenta una investigación acerca de la atención al cliente y afirma que las estrategias del servicio de atención al cliente son primordiales en las empresas de servicio porque están constantemente en contacto con el cliente y es un aspecto que deben cuidar porque la impresión que se lleva el cliente sea buena o mala se replica para bien o para mal.

En Perú, Cotarma y Ayquipa (2021), desarrollaron una investigación sobre la atención al cliente y calidad de servicio en una empresa corredora de seguros donde encontró una serie de problemas con los clientes quienes se encontraban insatisfechos porque el servicio no era rápido para atender en las urgencias que se presentaban, por lo que fue necesario realizar algunos ajustes en el servicio para no perder clientes

Así mismo, Gonzales (2019) elaboró una investigación sobre protocolo de atención al cliente y calidad de servicio en una empresa corredora de seguros en la ciudad de Trujillo, en la que el investigador se propuso evaluar en las variables mencionadas a la organización teniendo como participantes a los clientes de la empresa, encontrándose una relación significativa entre las variables e indicando que la atención al cliente es determinante para la calidad de servicio en la empresa de seguros

En la presente investigación lo que se busca es una mejora en las micro y pequeñas empresas ya que en la actualidad la Librería Bazar Jessica no cuenta con una tecnología avanzada, no han implementado los pagos mediante tarjeta siendo hoy en día un punto muy importante en la atención al cliente ya que las competencias cada día en el

mercado son más lo que ocasionando en varias oportunidades que los clientes no se vayan satisfechos y muchas veces ya no regresen.

Por estas razones se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cuál es la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Librería, caso: Librería Bazar Jessica Lima 2020?”

El cual dio origen a la investigación: Propuesta de mejora de la atención al cliente en la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.

En donde su objetivo general fue: Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente en la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Librería, caso: Librería Bazar Jessica Lima 2020.

Y sus objetivos específicos fueron. Describir las características de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica Lima 2020. Determinar las características de la gestión de calidad de micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020. Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de la calidad de las micros y pequeñas empresas del Sector Comercio, rubro Librería, caso: Librería Bazar Jessica Lima 2020.

La presente investigación se justifica porque marcara un precedente, sirviendo como referencia a futuras investigaciones, puesto que ofrecerá datos reales que fueron obtenidos a través de la encuesta sobre las características de la atención al cliente y gestión de la calidad de la pequeña empresa en estudio lo que a la vez contribuirá en la toma de decisiones al gerente, esto basado en la propuesta de mejora que se

desarrolló la cual ofreció alternativas de solución a los problemas de atención al cliente y gestión de la calidad que estas presentan, incrementado así sus ventas y aumentando su cartera de clientes los cuales serán atendidos por un personal totalmente comprometido con su trabajo.

Este proyecto se efectuará por la necesidad de evaluar el servicio de atención al cliente y gestión de calidad que ofrece la Librería Bazar Jessica, permitiendo de esta manera la mejora del servicio y así poder captar y fidelizar a nuestros clientes.

Tiene una justificación teórica debido a que la investigación propuesta permitirá saber de manera concreta, eficaz, para establecer las características de la atención al cliente y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del rubro librería.

La justificación teórica se hace cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados, hacer epistemología del conocimiento existente o cuando se busca mostrar las soluciones de un modelo. (Bernal, 2010).

Asimismo, presenta una justificación práctica debido a que en esta investigación se facilitará como guía de desarrollo en la atención al cliente para la mejora continua dentro del rubro establecido tomando ejemplos de las diferentes empresas en referencia a la atención del cliente buscando estrategia, soluciones concretas que permitan que el cliente se sienta satisfecho.

La justificación práctica, se debe de hacer cuando el desarrollo de la investigación ayuda a resolver un problema o por lo menos, propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo (Bernal, 2010).

Los estudios de investigación de pregrado y postgrado, en el campo de las ciencias económicas, administrativas y en el campo educativo, en general tienen una justificación práctica, porque describen y analizan un problema o plantean estrategias que podrían solucionar problemas reales si se llevaran a cabo (Bernal, 2010).

Referente a la Justificación Metodológica, En la investigación se justifica ya que se empleará el método científico, se empleó diversas fuentes de investigación primarias a fin de poder recopilar los datos; lo que permitirá obtener datos reales y confiables.

La justificación metodológica del estudio se da cuando el proyecto que se va a realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable (Bernal, 2010).

La metodología utilizada fue de diseño no experimental - transversal - descriptivo - de propuesta. Se utilizó la técnica de la encuesta realizada a 10 trabajadores de la Mype Librería Bazar Jessica de Lima 2020, mediante un cuestionario de 25 preguntas, 12 dirigidas a la atención al cliente y 13 a la gestión de la calidad, obteniendo los siguientes resultados: El 70% de acuerdo con el ambiente de trabajo, el 70% de acuerdo que ante los problemas se encontró la solución apropiada, el 60% de acuerdo con la relación calidad precio de los productos, el 50% de acuerdo con las sugerencias del personal, el 70% de acuerdo que la calidad de los productos garantiza la satisfacción al cliente, el 80% de acuerdo considera que el horario de atención es el adecuado. Se concluye que la totalidad de los representantes consideran importante la labor del personal en la Mypes, pero no todos están conforme con el ambiente de trabajo, asimismo no todos emplean una solución apropiada ante los problemas que se pueden presentar, y no siempre se está de acuerdo con la relación calidad y precios de los productos, la mayoría no toma en cuenta las sugerencias del personal para un mejor

servicio, no siempre se está de acuerdo con la calidad de los productos y el horario de cierre del local no cumple con las expectativas de los clientes.

Por lo tanto, los Propietarios deben aplicar estrategias para erradicar dichas deficiencias y poder contar con un personal capacitado motivado y comprometido con el desarrollo de la empresa. Se planteo un plan de mejora para atender la problemática encontrada lo cual involucra a trabajadores y propietario.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Variable 1: Atención al Cliente

Cárdenas & Escobar (2019) en su investigación Propuesta de formalización del enfoque de atención al cliente y contables para el Minimarket Joselito, para optar por el título de Ingeniería Comercial de la Universidad de Guayaquil, Ecuador. Tuvo como objetivo general mejorar los enfoques de atención al cliente y contables en el minimarket ubicado en Chongón, se analizó la idea de formalizar y de implementar un sistema de cobro para minimarket, lo que le permitió obtener mayor ingreso al negocio. Como metodología, se utilizó el enfoque cualitativo, con un tipo de investigación explicativa y descriptiva, luego, para la recolección de datos se empleó como herramienta la entrevista y ficha de observación. Dentro de los principales resultados se obtuvo que algunos de los al enfoque de atención al cliente de la empresa presentan falencias. Como conclusiones se determinó que el propietario de la empresa debe formalizar y aplicar las mejoras propuestas respecto a procesos deficientes, asimismo, implementar el proceso de sistema de cobro que mejora del rendimiento y administración.

López (2018) en su investigación Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil; para optar grado académico de Magíster en Administración de Empresas. Teniendo como objetivo determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. La metodología,

el estudio de investigación es con un enfoque mixto, con una investigación cuantitativa. La cual llevo a las siguientes conclusiones A través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de esta. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. Referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio. En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos.

Torres (2019) en su investigación Diseño de propuesta para mejorar la calidad del servicio al cliente en la Sandwichería y Pastelería “le croissant” del Cantón Samborondón para optar por el título de Ingeniero en Gestión Empresarial presentado en la Universidad de Guayaquil, Ecuador. Tuvo como objetivo general diseñar la propuesta para el Mejoramiento de Calidad en el Servicio a los Clientes de la Sanduchería y Pastelería “Le Croissant” del Cantón Samborondon. La investigación fue realizada utilizando el método cuantitativo, para la obtención de la información se aplicó una encuesta que fue elaborada con preguntas cerradas para medir la calidad del servicio al cliente de 7 empleados que forman parte del establecimiento estudiado, la capacitación se desarrolló mediante la empresa SBS CONSULTING porque brindan servicios de capacitación, asesoría y consultoría con altos estándares de calidad que ayudan al personal de las organizaciones a mejorar su productividad y gestión empresarial global. Como resultados se obtuvo que la capacitación acerca del servicio

al cliente en Le Croissant ayudará a la cultura organizacional de los empleados, preparándolos para puedan desarrollarse de manera precisa ante una gama de clientes complejos y exigentes. Un 48% de los clientes encuestados asiste con frecuencia de 3 o 4 veces al mes a consumir en la Sandwichería, es importante este resultado ya que da a conocer que tiene mayor parte de clientes fijos y es fundamental que sean bien atendidos, el 33% asisten 5 o más y el 19% asiste entre 1 y 2 veces al mes, al establecimiento, como se puede visualizar la empresa tiene mayor parte de clientes que asisten con frecuencia y que están conociendo el lugar por lo tanto es primordial que se genere un buen servicio de calidad, y como resultado sea un cliente satisfecho que pueda seguir visitando y consumiendo en la Sandwichería y que 30% de los clientes encuestados califica como regular la actitud en el servicio que reciben de los trabajadores, el 19% considera como bueno la atención, 19% como muy buena y 17% excelente, esta apreciación nos da una visión fundamentada en que son pocos los clientes que no están satisfecho en la actitud del personal y casi gran parte es bien atendida en cuanto a este valor, además la atención y actitud de los trabajadores es primordial brindar un servicio personalizado con actitud positiva transmitiendo seguridad, atención y finalmente generar un buen ambiente entre cliente y trabajador. Como conclusión, solo el 40% está satisfecho con la atención al cliente que reciben de parte el personal y el 60% no reciben una excelente atención, lo que ocasiona que la empresa no tenga un buen prestigio de sus clientes.

Variable 2: Gestión de la Calidad

Pincay & Parra (2020) en Ecuador. En su investigación titulada 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.

Cárdenas & Yesid (2019), en su tesis. Formulación de acciones de mejora del servicio de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 y el modelo servqual del banco comercial, sede Bogotá, para optar diplomado HSEQ Facultad de Ingeniería en la Universidad Cooperativa de Colombia Bogotá. La presente tesis tuvo como objetivo general: Formular de acciones de mejora en el área de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001 E ISO 14000 y modelo de Bonita

7 en el banco Comercial sede Bogotá; metodología de la investigación fue cuantitativo, con el nivel de investigación descriptivo, técnica utilizada la encuesta, con el instrumento de cuestionario, muestra 100 usuarios del Banco Continental de Colombia-sede Bogotá, plantea las siguientes conclusiones: Se toma una muestra de una población de 100 usuarios del banco Comercial, donde se evidencia que el 35 % de los vinculados al banco, deduce que el servicio prestado por el área de servicio al cliente es aceptable, un 32 % que es insuficiente, un 22% deficiente y un 11 % dice que es sobresaliente. Esta primera cifra nos lleva a concluir que el potencial en atención que brindan los colaboradores de la organización, no cumple con los intereses y necesidades de los usuarios del banco Comercial, sede Bogotá. Formarse permite adquirir habilidades y capacidades necesarias para el desempeño adecuado del trabajo. Al realizar el modelo de encuesta Servqual, se observó que en los siguientes factores: percepción de la fiabilidad obtiene una calificación de 1,9% y el factor capacidad de respuesta un 2,38%. Esto nos indica una alerta para que las oportunidades de mejora sean presentadas de una manera versátil por el área de servicio al cliente de Comercial, aplicando la norma ISO 9001:2015, a los usuarios de la organización financiera, sede Bogotá. Con un 3% el factor empatía, nos muestra que los factores críticos que tienen mayor incidencia son la falta de credibilidad en el área de atención al cliente, hace que los usuarios del banco Comercial, sede Bogotá, no tomen todo el paquete de servicios con una misma entidad financiera si no que acuden a otras entidades buscando las mejores tasas de financiación. Como resultado a las acciones de mejora presentadas, es posible concluir que el 75% de los usuarios de Banco Comercial, sede Bogotá, volverían a utilizar el servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta las acciones de mejora tomando como referencia la norma ISO 9001:2015. Comentario las cifras

nos llevan a indicar que se debe potenciar en atención al cliente, reforzar la capacitación a los colaboradores de la organización por ende se debe aplicar la presente investigación

Avilés y Cedeño (2018) en Ecuador. En su tesis denominada: Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante La Finquita, presentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. La metodología empleada es de tipo descriptiva y correlacional, con un enfoque mixto. Se concluyó que mediante las encuestas se conoce la calidad percibida por el cliente y se analizan las mejoras a tratar mediante los resultados obtenidos, además se determinan y calculan los datos de las ventas y el número de clientes que asisten al local para realizar una regresión múltiple y poder cumplir con los objetivos planteados. Finalmente, mediante el análisis de los resultados y conociendo que las ventas dependen muy estrechamente con la calidad del servicio al cliente, se determina que el modelo de gestión de calidad aplicado al restaurante será una contribución significativa para la mejora continua y el crecimiento de las ventas a futuro en este establecimiento.

Antecedentes Nacionales

Variable 1: Atención al Cliente

Gómez (2018) en su tesis: Caracterización de Capacitación y Atención al Cliente de las Mypes Rubro Librerías del centro de Piura, para optar el título profesional de Licenciado en Administración, menciona en sus objetivos de su investigación, identificar las características que tiene la capacitación y atención al cliente en las Mypes rubro librerías del centro de Piura, la metodología de la investigación fue descriptiva no experimental, cuantitativa, transversal y como método de recolección de información se utilizó el método de encuestas, además de una población de 11

Mypes rubro librería, de las cuales se sacó una muestra de 45 trabajadores, asimismo se llegó a las siguientes conclusiones, las Mypes utilizan técnicas de capacitación, donde existe la relación experto-aprendiz, un sistema dinámico donde se refuerza el compañerismo y por ende dar un servicio de calidad, permitiendo obtener un conocimiento apropiado de lo que debe hacer, por otro lado, toman las opiniones de los trabajadores y de los usuarios de igual manera, ya que esto permite que se establezca un mejoramiento continuo a las necesidades que puedan dar, proporcionando así un ambiente apropiado para el trabajo, de igual forma se enfocan en gran manera en la atención presencial y como brindar apropiadamente, ya que reconocer la persona a la cual se está dirigiendo es vital para expresar un tipo de servicio que valla adecuado al cliente, mostrando así profesionalismo y asíéndose notar ante la competencia.

Huamán (2020) en su investigación *Propuesta de Mejora de Atención al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurante: Caso “Restaurant – Pollería Rodrigo’s”*. San Vicente- Cañete, 2019, para obtener grado de título de Profesional de Licenciado en Administración. Teniendo como objetivo Elaborar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso “restaurant – pollería Rodrigo’s”. San Vicente – Cañete, 2019. La metodología de la investigación es de tipo Cuantitativo Nivel de la Investigación Descriptivo Diseño de la Investigación Transversal – No Experimental. El mismo que llego a las siguientes conclusiones: De acuerdo al objetivo general elaborar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso “restaurant – pollería

Rodrigo's", San Vicente – Cañete, 2019. Se elaboró la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes caso "Restaurant – Pollería Rodrigo's, San Vicente – Cañete, 2019, detallada en el punto Aspectos complementarios, la cual incluye realizar mejoras en el ambiente interno (cultura corporativa, relación entre empleados), los mecanismos de control interno implementando un buzón de sugerencias y la capacidad de respuesta a través de mejorar los tiempos de espera de los servicios con una comunicación fluida entre el empleador y el trabajador.

Tito (2021) en su investigación Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollería, caso: D'Ladys distrito y provincia de Huancané, 2021 para optar por el título profesional de Licenciado en Administración presentado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo objetivo general elaborar la propuesta de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollería, Caso: D'Ladys. La metodología que se usó fue tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño transversal. La población de estudio fue la pollería D'Ladys, la muestra de la pollería en estudio es de 381 clientes. Los resultados obtenidos fueron que el 3.94% están totalmente de acuerdo en la calificación de la atención al cliente de la pollería, el 17.85% están de acuerdo en la calificación de la atención al cliente de la pollería, el 34.65% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 30.71% en desacuerdo y el 12.86% totalmente en desacuerdo, el 3.41% están totalmente de acuerdo que la pollería supero las expectativas del cliente, el 18.90%, el 24.4% están 49 ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 42.52% en desacuerdo y el 10.76% totalmente en desacuerdo y el 4.46% están totalmente de acuerdo que el

personal de la pollería está comprometido con una buena atención al cliente, el 17.06% de los encuestados están de acuerdo, el 30.18% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 33.33% en desacuerdo y el 14.96% totalmente en desacuerdo. Se concluye que la propuesta de mejora será en gestión de calidad mejorar el comportamiento de los empleados en liderazgo, compromiso con los clientes, enfoque a procesos, mejora, gestión de las relaciones y potenciar el recurso humano; Atención al cliente mejorar las fases de la atención al cliente (presentación, atención, información, cierre y despedida).

Variable 2: Gestión de la Calidad

Erazo (2019) en su tesis: Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro bodegas de Urbanización Los Titanes, Piura año 2019. Para obtener el título de Licenciado en Administración. Piura – Perú. Cuyo objetivo general fue: Determinar las características que tiene la Gestión de Calidad y Atención al cliente en las MYPE, rubro bodegas en la Urbanización Los Titanes Piura, año 2019. Así mismo, la investigación metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Se aplicó una encuesta con preguntas cerradas para una muestra de 384 clientes. Los resultados obtenidos el 93.23% manifestaron que los productos obtenidos satisfacen sus necesidades, el 93.49% manifestaron que las bodegas han tenido sus crecimientos en los últimos años, el 93.75% manifestaron que la atención es con respecto, el 94.27% manifestaron que le gustaría que la bodega brinde servicio de delivery. El estudio concluye que la fiabilidad de los productos permite satisfacer sus necesidades de los clientes, cumpliendo con las normas establecidas. Se puede decir, que la gestión de calidad, es una herramienta muy importante que interviene en el proceso de los productos.

Quispe (2019) en su tesis: Propuesta de mejora en la gerencia estratégica para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: Bodega Sueng, Cañete – 2019. Para optar el Título profesional de Licenciada de Administración. Cañete – Perú. Cuyo objetivo general fue: elaborar la propuesta de mejora de la gerencia estratégica para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro abarrotes, caso: Bodega Sueng, San Vicente de Cañete – 2019. Asimismo, la metodología fue un diseño no experimental – transversal, con un enfoque cuantitativo. Con una población de 90 MYPES, se aplicó un cuestionario con preguntas cerradas. Los resultados obtenidos manifiestan que el 100% no cuenta con un plan operativo para cada área, el 100% no utiliza las normas y políticas diseñado para alcanzar las metas y objetivos. Se concluyó que se debe crear un plan operativo, para poder dirigir el desarrollo empresarial en el rubro bodeguero, con la finalidad de mejorar las falencias encontradas. Mediante programas de capacitación.

Carihuasari (2019) en su tesis: Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librería, distrito de Callería, año 2018. El principal objetivo de la presente investigación fue determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librería, distrito de Calleria, año 2018. La cual fue desarrollada mediante la metodología de una investigación tipo descriptivo simple, no experimental, transversal; además, se utilizó un cuestionario estructurado por 20 preguntas, por otro lado, la población estuvo compuesta por 12 Mypes del sector comercial, dentro del rubro de librerías, donde se aplicó las encuestas a los respectivos dueños de cada Mypes que colaboraron en la investigación. El análisis y procesamientos de los datos

se realizaron a través del programa informático Excel 2016, seguidamente, también se utilizó para la realización de tablas y graficas porcentuales, de los cuales sirvió como apoyo para la realización de los resultados y el posterior análisis de los resultados obtenidos. Se concluye que los métodos que utilizan se encuentran desactualizados y se pierde el principal objetivo por el cual han optado por estos métodos, negando un cambio para bien. La evaluación tanto del personal y de los clientes debe ser algo fundamental, para que puedan reconocer los errores que comenten y tomar conciencia de un cambio que permita que este sea solucionado para mantener el constante desarrollo de las Mypes.

Antecedentes Locales

Variable 1: Atención al Cliente

Isla (2019) En su investigación titulada: La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE's del sector servicio-rubro lavandería de ropa, Urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, Lima período 2018. Para optar el Título de Licenciatura en administración. Cuyo objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE's del sector servicio-rubro lavandería de ropa, Urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018. La metodología de fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Con una población de 15 hoteles, se aplicó un cuestionario de 27 preguntas. Los resultados obtenidos indican que el 80% considera bueno el nivel de la gestión de calidad, el 80% manifestaron que realizan capacitaciones de atención al cliente. Llego a la conclusión que las MYPE's brinda capacitaciones constantes sobre la atención al cliente con la finalidad de mantenerlos satisfechos y puedan adquirir sus productos. Se

puede decir, que las capacitaciones ayudan adquirir nuevos conocimientos y estrategia respecto a la gestión de calidad y atención al cliente.

Sánchez (2019) en su investigación titulada: Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Acero Inox Perú S.A.C., Lima, Año 2019, tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Acero Inox Perú S.A.C., Lima, Año 2019. La presente investigación se realizó a través de un método deductivo con enfoque cuantitativo, un diseño descriptivo-correlacional, un nivel no experimental-transversal y como instrumento un cuestionario conformado por 34 preguntas con escala de Likert, aplicado a una muestra censal de 45 clientes de la empresa. Por consiguiente, se midió el nivel de confiabilidad con el Alfa de Cronbach, obteniendo un resultado alto. Por último, se usó la prueba estadística de Rho de Spearman donde el coeficiente de correlación fue 0.564, mientras que nivel de significancia fue 0.003; ($p < 0.05$), llegando a la conclusión que si existe una relación positiva considerable entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Acero Inox Perú S.A.C.

Suarez (2018) en su investigación Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial, rubro minimarkets, distrito de Iquitos, año 2018, presentada a la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, para optar el título profesional de licenciada en administración. Tuvo por objetivo general determinar el nivel de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro minimarkets, distrito de Iquitos, año 2018. Como metodología de investigación fue descriptivo. Para recolectar los datos se escogió una muestra poblacional de 34 minimarkets más importantes del distrito de Iquitos, a quienes se aplicó un cuestionario de preguntas, utilizando la técnica de la encuesta.

Como resultados respecto a la gestión de calidad se determinó que el 80.4% expresaron que se desarrollan gestión de calidad en los minimarkets del distrito de Iquitos centrados en las dimensiones de infraestructura de calidad, fiabilidad en los productos de los productos ofertados en cuanto a marca y calidad, percepción de calidad basados en productos tradicionales pero una poca comunicación entre los directivos, personal administrativo y de servicios, seguridad percibida a partir de los servicios de atención que brindan los colaboradores a los clientes y trato personal basadas en la atención personalizada, rapidez en la atención y desarrollo de una cortesía y amistad que brindan los colaboradores. Respecto a la atención del cliente, la aceptación de los entrevistados es de 71.8% quienes manifestaron que es buena centrados en las dimensiones de capacidad técnica centrados en el entrenamiento constante de los colaboradores, Satisfacción general del cliente, actitud en la atención, fidelidad y servicio orientada a las necesidades del cliente.

Variable 2: Gestión de la Calidad

Serna (2019) en su trabajo de investigación Calidad del servicio y la fidelización de los clientes en el minimarket Rosita E.I.R.L. Callao. 2019, tesis para optar el grado de Licenciado en Administración en la Universidad César Vallejo. El siguiente informe de investigación tiene como fin determinar la relación entre la calidad de servicio y la fidelización del cliente del minimarket Rosita Lima, 2019. Se ejecutó una encuesta a 109 clientes como muestra para poder llegar al objetivo que queremos. Para este informe de tesis se realizó el diseño no experimental, – descriptivo, con orientación cuantitativa y el instrumento cuestionario fue la técnica que se utilizó, bajo la escala de Likert, apoyándose de las respuestas de los clientes frecuentes del negocio. Se ingresaron los datos del cuestionario de los 109 clientes al sistema SPSS25 aplicando

el método de Alfa de Cronbach, lográndose un valor de 0.98 para la variable de calidad de servicio y 0.94 para la variable de fidelización de cliente y se efectuó la prueba de χ^2 . Y se tuvo como conclusión que, existe una relación entre la calidad del servicio y la fidelización del cliente en el minimarket Rosita EIRL. Según los resultados obtenidos⁴⁶, ^{121ª} se rechazó la Hipótesis nula (H_0) y se aceptó la Hipótesis Alternativa (H_1) concluyendo así que la calidad del servicio se relaciona significativamente de forma positiva considerable con la fidelización del cliente.

Calle (2019) en su tesis: Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la octava y novena etapa de la Urbanización Pando, del Distrito de San Miguel, Lima 2018. Para optar el título profesional de licenciado en administración. Lima- Perú. Cuyo objetivo general fue: Proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro bodegas en la octava y novena etapa de la Urbanización Pando, del Distrito de San Miguel. Así mismo, la investigación metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Con una población y muestra de 17 MYPES, se aplicó una encuesta 34 preguntas cerradas. Los resultados obtenidos referente a la competitividad: el 59% la empresa establece estrategias de posicionamiento, el 53% establece políticas de atención al servicio en base de calidad, el 59% casi siempre gestiona los ingresos de los productos para conocer cuál es el nuevo mercado, el 76% se establece los precios de acuerdo al mercado, el 47% algunas veces implementan publicidad. Referente a la gestión de calidad: el 71% casi siempre se autoevalúa a nivel organizacional sus avances y corrige sus errores, los planes de acción para sus negocios, el 53% siempre

tiene el control de sus productos, el 53% casi siempre cumple con las medidas de seguridad de su establecimiento. Se concluyó que los factores más relevantes de la competitividad están definidos por la competencia directa, clientes, proveedores, productos y competidores potenciales. En el planeamiento de calidad, la empresa cuenta con muy poco conocimiento de cómo planificar y accionar el crecimiento organizacional; así mismo si se tienen registrados el ingreso de cada producto con su fecha de caducidad, pero no cuenta con seguridad en su establecimiento. Se puede decir, que la gestión de calidad, es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de cumplir con las expectativas de los clientes.

Rioja (2019) en su tesis: La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro boticas, ubicado en la Av. Canto Grande cuadra 7-13, distrito de San Juan de Lurigancho, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2016, para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general: Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro boticas, ubicado en la Av. Canto Grande cuadra 7 - 13, distrito de San Juan de Lurigancho, provincia Lima, departamento Lima, periodo 2016. La metodología de la investigación fue explicativa ya que registró solo los aspectos más importantes de la Mype en estudio, y no experimental porque las variables no fueron manipuladas intencionalmente. Al observar los resultados, se puede ver que la mayoría de las farmacias califican su estrategia en un 70% por su capacidad para responder a los clientes, la solución del propietario en un 30%, identifican el problema en un 40% y califican el resultado en

un 30%., Desarrollar una actividad al 20% al servicio del cliente. De manera similar, el 100% reconoce que los reclamos y los ingresos disminuirán, mejorarán los procesos y aumentarán la participación de mercado. El 50% cree que el control de calidad ahorra dinero, el 100% cree que cumple con las expectativas del cliente y Mypes cree que el 100% aumenta la moral de los empleados. El autor obtuvo las siguientes conclusiones: La mayoría de los emprendedores tienen entre 31 a 40 años de edad, son varones, tienen educación técnica y son administradores del negocio. Todas las farmacias están formuladas y tienen de 1 a 5 empleados. La mayoría de las farmacias tienen estrategias para responder a sus clientes. Cada farmacia tiene una solución de propietario, identifica problemas, evalúa los resultados y desarrolla actividades de servicio para los clientes. La totalidad de las boticas perciben que disminuirán los reclamos y/o devoluciones en sus negocios, mejorarán sus procesos y aumentarán la cuota de mercado como beneficio de la aplicación de los principios de gestión de calidad.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

Variable 1: Atención al Cliente

Según Bradley y Wang (2022) la atención al cliente representa al equipo de personas que brindan ayuda a los clientes cuando estos requieren información del servicio o presentan problemas con los productos o servicios que ofrece una empresa, de esta manera se logrará garantizar que los clientes tengan éxito en la solución de cualquier problema relacionado con el negocio. De esta manera, dentro de las empresas dedicadas a ofrecer servicios, la experiencia del cliente ha llamado la atención de los profesionales del marketing como factor influyente en las estrategias competitivas consideraron la experiencia como una oferta económica en función del servicio

La atención al cliente es una herramienta eficaz para establecer las políticas y cultura organizacional, donde todos los empleados enfoquen su compromiso, funciones y responsabilidades hacía el cliente. Es la calidad del servicio desde la satisfacción de las necesidades del cliente.

Dimensión 1: Satisfacción

Silva (2019) afirma que la satisfacción sirve para que las empresas se pongan en contacto con sus clientes y puedan relacionarse, y de esa manera la empresa pueda conocer que es lo que necesita el cliente. Muchas veces a través de esta herramienta los clientes exponen sus inquietudes, y a partir de ello, la empresa trata de mejorar continuamente con tal de lograr que el cliente se sienta complacido.

Indicadores

- **Expectativa de los clientes.** Es lo que el cliente espera recibir del servicio o producto que compra. En tal sentido, luego de haber recibido el servicio el cliente puede quedar satisfecho o insatisfecho. En tal sentido, toda prestación

de servicio debe estar dirigido a satisfacer una necesidad, garantizando con ello, la cantidad, calidad, tiempo y precio que el cliente invierte por recibir ese producto o servicio (Valenzuela et al., 2019).

- **Sugerencia de los clientes.** Se refiere a los aportes que realiza el cliente con la intención de mejorar el servicio de la empresa, porque considera que el servicio es bueno, pero puede realizar algunas mejoras (Valenzuela et al., 2019).
- **Garantía de satisfacción.** Es la característica que otorga un producto o servicio cuando este se realiza con calidad, el cliente queda satisfecho y confía en que sus expectativas serán siempre satisfechas en ese lugar (Valenzuela et al., 2019).
- **Satisface necesidades.** La necesidad es la carencia de algo, cuando el cliente compra un producto o servicio es porque va en la búsqueda de la satisfacción de esa necesidad, es decir, lo que busca no es un producto o servicio, sino un satisfactor (Valenzuela et al., 2019).
- **Visita frecuentemente.** Se refiere a la cantidad de visitas que realiza el cliente a un negocio a realizar la compra de un producto o un servicio (Valenzuela et al., 2019).

Dimensión 2: Servicio de atención

Aguilar (2019) considera al grado de servicio de atención, es el arte de atender al cliente, ofrecer lo que necesita dar el valor agregado, dar un beneficio, atender las quejas del cliente, presionar en el servicio, hacer una entrega adicional, es reducir costos, evitar desperdicios, cumplir con garantía, hacer reparaciones o cambios de productos, hacer compromisos con el cliente, solucionar sus quejas en el producto, resultados de satisfacción.

Según Arenal (2019) el servicio de atención al cliente es aquel que permite la relación de la empresa con un cliente. Es ahí donde el cliente dará a conocer sus expectativas y el servicio de atención al cliente hará todo lo que esté en sus manos para cumplirlas y lograr su satisfacción. Además, es una herramienta muy efectiva dentro de una empresa.

Son técnicas o tácticas utilizadas hacia la calidad en el servicio, el cómo ofrecer los productos o servicios hacia con el cliente, es el grado de calidad con la que el cliente es tratado, a la misma vez satisfaciendo calidad en los productos cumpliendo con sus características.

Indicadores

- **Atención al cliente.** Se relaciona con el trato y la amabilidad que expresa el personal de la empresa hacia el cliente al momento de hacer contacto, es un conjunto de atributos que demuestra el empleado como es la cortesía, el conocimiento, la presentación, entre otros que hace que el cliente se sienta a gusto de estar en el establecimiento (Valenzuela et al., 2019).
- **Recomendación de los productos.** Se trata del efecto que produce la calidad del producto en las expectativas del cliente que, al sentirse satisfecho del mismo, recomienda que el producto sea usado por otros, por los resultados que ha obtenido del mismo (Causado et al., 2019).
- **Estrategias de fidelización.** La fidelización mide la frecuencia o repetición de compra de un producto o servicio, así como la conformidad de los clientes, lo que sirve como información para mejorar el servicio, para que el cliente se fidelice es importante contar con sus expectativas, conocer sus necesidades y satisfacerlas (Silva et al., 2019).

- **Servicio de Calidad.** Son el conjunto de actividades, que se consideran como beneficios o satisfactores que se ponen a disposición del cliente para su uso o venta, pero que no le da la propiedad de algo, porque tiene naturaleza intangible, es decir, puede ser una obra, la realización de un acto por el cual el cliente paga por recibirlo (Valenzuela et al., 2019).
- **Horario de atención.** Se refiere al período de atención que tiene la organización con respecto a la atención del cliente, éste espera siempre que el horario se adecue a sus expectativas. Por tanto, el horario de la empresa debe adaptarse a las necesidades del cliente, estos deben ser flexibles, más amplios. De tal manera, que el cliente pueda acudir sin problemas en los tiempos que para él le parece disponible (Causado et al., 2019).
- **Recomendación del servicio.** Es un efecto de la calidad del servicio y como efecto de ello el cliente se siente satisfecho y con la autoridad de regresar de nuevo por el servicio y recomendar a otras personas que tomen el servicio o compren el producto porque lo considera bueno y de calidad (Causado et al., 2019).
- **Facilidad para el pago.** Se trata de las formas de pago que otorga la empresa al cliente, en la actualidad existen diversas formas de pago, es decir, puede ser en efectivo o con dinero plástico o tarjeta de crédito, entre otras formas de pago que existen en la actualidad.

Variable 2: Gestión de la Calidad

Raffino (2020) sostiene que gestión de calidad viene a ser los muchos procesos sistemáticos que da la posibilidad a cualquier compañía de planificar, hacer, verificar y actuar en cada una de las actividades que establezcan. Esto sin duda da estabilidad y

firmeza en la práctica del ejercicio con la finalidad de cumplir con las perspectivas de los clientes y los avances de las empresas. La gestión de calidad varía de acuerdo a cada área del negocio para el que se instituyen sus propios y adecuados estándares, o sea, modelos de referencia que sirvan para medir o valorar el nivel de desempeño de la empresa.

Maldonado (2018) afirma que la gestión de calidad es el proceso o la gestión que realizan los gerentes y administradores dentro de la empresa para poder realizar una buena gestión para esclarecer cuáles serán las funciones y responsabilidades de todos los integrantes de la organización.

Asimismo, Rogel (2018) consideró que la gestión de calidad, una de sus principales funciones es asegurar la calidad de los productos y servicios, con la aplicación de procedimientos y con la participación de los integrantes de la organización.

La Gestión de calidad, en la actualidad es importante para todas las empresas grandes o pequeñas, puesto que evitará posibles errores o desviaciones en el proceso de la producción de productos y/o servicios. Asimismo, la buena aplicación de la gestión de calidad nos permitirá reducir los costos de producción ocasionando mejoras en la economía de la empresa.

Dimensión 1. Enfoque al cliente

Según Cortés (2017) debido a que las organizaciones dependen del cliente, se debe garantizar que los objetivos de mejora de la organización correspondan con las expectativas y necesidades de los clientes, superando sus expectativas. Se requieren las siguientes acciones dentro de su organización para aplicar este principio: ayudará a comprender totalmente las necesidades y expectativas de todos los consumidores, así

como de las partes asociados empresa y cliente. Asimismo, la expectativa de toda empresa, es la comunicación, como la satisfacción del cliente se mide y se actúa en forma inmediata y los procesos relacionados con el cliente.

Indicadores:

- **Ambiente de trabajo.** Se refiere al ambiente que se le ofrece al trabajador para que éste realice su trabajo adecuadamente, en ese sentido, para que el trabajador se enfoque en el cliente, debe contar con las condiciones mínimas para sentirse bien en ese ambiente, y como reflejo de ello pueda revertir en un trato agradable hacia el cliente (Palmar et al., 2022).
- **Materiales adecuados.** Es el insumo o materia prima que emplea la empresa para elaborar sus productos o brindar sus servicios, los cuales deben ser adecuados, estos no pueden ser de baja calidad, sino, que deben representar la calidad que se ofrece, va a depender de ello que los clientes repitan la compra con mayor frecuencia (Becerra et al., 2022).
- **Solución Apropriada.** Los clientes siempre buscan soluciones a sus necesidades y estas deben ser encontradas en los productos o servicios. Asimismo, puede haber alguna ocurrencia que genera un problema en la atención, el cual debe ser solucionado apropiadamente, esta solución debe ser siempre incremental, es decir, darle al cliente algo que supere sus expectativas (Causado et al., 2019).
- **Establecimiento de mejoras.** Es el conjunto de acciones que la empresa realiza para obtener satisfacción en el cliente, estas mejoras se enfocan en los procesos, motivación y ambiente de trabajo, mejora de la productividad,

mejora de la imagen y reputación de la empresa, entre otros que pueden constituir en un satisfactor del cliente interno y externo (Riccio et al., 2019).

- **Productos de buena calidad.** Es el producto que reúne todas las condiciones necesarias de acuerdo a lo ofrecido para satisfacer una necesidad y que el cliente lo perciba como un artículo de calidad (Riccio et al., 2019).
- **Amabilidad y eficiencia.** Se trata de brindar el servicio de una manera respetuosa, gentil y sincera. Por otro lado, la eficiencia es la manera cómo se emplean los recursos teniendo en cuenta el menor tiempo y consumo y obteniendo mayor beneficio (Riccio et al., 2019).
- **Local limpio y ordenado.** En las empresas de servicio la limpieza es importante en sus centros de atención, la satisfacción entra por los ojos y los clientes tiene que ver que se encuentran en un lugar adecuado, ordenado, limpio, que ellos se puedan sentir bien de entrar y realizar sus actividades de compra o adquisición de un servicio (Canelo, 2019).
- **Relación calidad/ precio.** Consiste en la creación de relaciones rentables con los clientes, estas deben ser a largo plazo, incrementando las referencias positivas, de tal manera que el cliente no sea sensible al precio, sino que encuentre una relación de correspondencia entre la calidad percibida y el precio por obtener ese servicio o producto (Riccio et al., 2019).
- **Buena presentación.** Se refiere a la presentación de las personas de atención al cliente, quienes deben estar totalmente presentables y pulcros en su imagen, asimismo, también se refiere a la presentación del local, el cual debe estar siempre limpio y con un aroma a limpieza (Becerra et al., 2022).

Dimensión 2. Liderazgo

García (2020) Los líderes establecen una unidad de propósito y dirección organizacional. El propósito es crear un ambiente positivo en el que los empleados puedan participar plena y activamente para el logro de los objetivos de la organización, teniendo en cuenta lo siguiente:

- No estar ajenos a los cambios de la organización saber adecuarse y entenderlos ante cualquier cambio que pudiera suscitarse.
- Contar con una visión concreta a largo plazo de la empresa.
- Motivar la confianza y las buenas relaciones, eliminando el temor a participar en cualquier función.

Indicadores

- **Sugerencias del personal.** Es el aporte que el cliente interno realiza para mejorar el servicio permanentemente, estas sugerencias deben ser escuchadas por el personal a cargo, porque los empleados son los que están en contacto con el cliente y son los que mejor conocen la realidad del mismo (Becerra et al., 2022).
- **Autoevaluación Orientación al logro.** Según Cortés (2017) las organizaciones necesitan desarrollar características y niveles relevantes, así como objetivos de calidad para los conocimientos requeridos para su sistema de gestión de calidad. Al planear cómo lograr los objetivos de eficacia, las organizaciones deben tomar las siguientes decisiones como: qué hacer, los recursos necesarios, quien es responsable, cuando se terminará y como se evaluará los resultados

2.3 Marco Conceptual

Atención al Cliente

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

Cliente

Sin duda, el cliente es el principal foco de atención de cualquier empresa, puesto que todas las planes y las estrategias deben enfocarse, desarrollarse e implementarse en función del cliente. (Quiroz, 2019).

Calidad

Arenal (2019) define la calidad, como la totalidad de funciones características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido.

Gestión

Guzmán (2018) manifestó que la gestión es el conjunto de acciones vinculadas y relacionadas entre sí, que requiere la aplicación de planear, el desarrollo organizacional, liderazgo y calidad total en el contexto de una visión, misión objetivos y metas con el propósito de obtener beneficio y brindar servicio de manera sostenible.

Gestión de la calidad

Para Esan (2018), la gestión de calidad se trata de un proceso formal utilizado para revisar las operaciones, productos y servicios de una empresa, con el objetivo de identificar áreas que puedan requerir mejoras de calidad. Éste es requerido en todas las áreas de actividad comercial, independientemente del tamaño de la institución.

Producto.

El producto es aquello por lo que el cliente está dispuesto a pagar. Ese producto debe satisfacer alguna de sus necesidades o deseos por lo que será imprescindible potenciar lo máximo posible sus características. (Morón, 2018, p. 7).

Mypes

Según Ley 30056 (Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión) la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Librería

Se llama Librerías al establecimiento comercial en el cual se venden objetos e insumos para oficinas, para estudiantes, entre otros interesados. Es decir, la Librerías nos ofrece, nos vende, todos aquellos productos y elementos que, en la oficina, en la escuela y hasta en la casa nos permitirán escribir documentos, modificarlos, transcribirlos, resaltarles aquellas cuestiones fundamentales, entre otras cuestiones.

III. HIPOTESIS

La presente investigación. Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso librería Bazar Jessica, Lima, 2020, no se ha establecido una hipótesis, dado que fue una investigación descriptivo-de propuesta

Según Hernández y Mendoza (2018) indica que no en todas las investigaciones cuantitativas se plantean Hipótesis. Según sea su tipo de estudio las investigaciones de tipo descriptivo no las requieren, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación, sólo aquellos que buscan evaluar relación entre variables o explicar la relación causa efecto requieren formular Hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación.

El diseño que se empleó para la realización de esta investigación fue no experimental- transversal- descriptivo- de propuesta.

No experimental

Según Hernández y Mendoza (2018) manifiestan que las investigaciones no experimentales se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

El estudio fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a las variables Gestión de calidad y Atención al Cliente en las Microempresa sector comercio, rubro librería, caso librería Bazar Jessica, Lima, 2020. Solamente se describieron conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Transversal

Para Hernández y Mendoza (2018) el diseño de la investigación será transversal porque quienes indican que un estudio es de diseño transversal se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. El objetivo es Analizar la incidencia de determinadas variables, así como su interrelación en un momento, lapso o periodo.

Fue transversal, porque el estudio de investigación: Propuesta de mejora de la Atención al Cliente para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso Librería Bazar Jessica, Lima, 2020. Se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin.

Descriptivo

Según los autores Hernández y Mendoza (2018) manifiestan que las investigaciones descriptivas tienen como finalidad especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado.

La investigación se aplicó de nivel descriptivo porque solo se describió las principales características de las variables gestión de calidad y atención al cliente en la en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro librería, Lima 2020.

Propuesta.

La investigación fue de propuesta porque se elaboró un plan de mejora para los resultados de la investigación denominada: *Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso librería Bazar Jessica, Lima, 2020*, a fin de que el propietario pueda tomar en cuenta la propuesta de plan de mejora.

4.2 Población y muestra

Población

Según Cárdenas (2018) manifiesta que el universo o población de estudio es el conjunto de actores (personas, organizaciones, países, etc.) que comparten alguna/s característica/s y que son aquellas unidades de análisis con los que se responderá la pregunta de investigación.

La población se utilizó para ambas variables Atención al Cliente y Gestión de la Calidad y estuvo conformada por 10 trabajadores de la Mype Librería Bazar Jessica de Lima 2020.

Muestra

Para Cárdenas (2018) manifiesta que la muestra es un número reducido de actores tomados de esa población. Estudiamos muestras debido a la imposibilidad de estudiar toda la población o universo. El objetivo principal del muestreo es la posibilidad de generalizar, es decir, extraer conclusiones generales basadas solo en el estudio de unos cuantos casos.

La muestra fue para ambas variables Atención al Cliente y Gestión de la Calidad y estuvo conformada por el 100% de la población, es decir 10 trabajadores de la Mype Librería Bazar Jessica de Lima.

Muestra por conveniencia o No Probabilística

La elección de los elementos a investigar no depende de la probabilidad de ser seleccionada, sino a criterio del investigador (Hernández & Sampieri, 2020).

Para el presente estudio la muestra será **No probabilística** ya que estará compuesta por el estudio de caso de una microempresa la Librería Jessica en Lima, asimismo se eligió a los trabajadores y directivos de dicha Mype, se aplicó los siguientes criterios:

Criterio de Inclusión	Criterio de Exclusión
8 colaboradores que laboran en la librería Jessica 1 Gerente General 1 Asistente de Administración	- Clientes - Proveedores - Distribuidores

4.3 Definición y Operacionalización de las variable e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem Fuente	Fuente	Escala de Medición
Variable 1 Atención al Cliente	Bradley y Wang (2022) la atención al cliente representa al equipo de personas que brindan ayuda a los clientes cuando estos requieren información del servicio o presentan problemas con los productos o servicios que ofrece una empresa, de esta manera se logrará garantizar que los clientes tengan éxito en la solución de cualquier problema relacionado con el negocio.	Valenzuela et al., (2019) considera que el trato y la amabilidad que expresa el personal hacia el cliente al momento de hacer contacto, es un conjunto de atributos que demuestra el empleado como es la satisfacción, servicio de atención, puesto que de esta manera obtendrán que el cliente se sienta a gusto de estar en el establecimiento	Satisfacción	Expectativa de los clientes	¿Tiene conocimiento usted de las expectativas de los clientes?	Propietario	Likert
				Sugerencia de los clientes	¿Toman en cuenta las sugerencias de los clientes para brindar mejor servicio?		
				Garantía de satisfacción	¿La calidad de los productos que ofrece garantiza la satisfacción al cliente?		
				Satisface necesidades	¿El servicio brindado satisface las necesidades de sus clientes?		
				Visita frecuentemente	¿Visita frecuentemente la librería para la compra de sus libros y materiales?		
			Servicio de Atención	Atención al cliente	¿Cree usted que la atención al cliente es fundamental para que este regrese a su establecimiento?		
				Recomendación de los productos	¿Considera Ud. que sus clientes recomiendan sus productos y servicios con sus productos y servicios con sus amigos y familiares?		
				Estrategias de fidelización	¿Cree usted que la Implementación de estrategias de fidelización contribuiría a mejorar su empresa?		
				Servicio de calidad	¿La librería establece la garantía de brindar un servicio de calidad?		
				Horario de atención	¿Considera que el horario de atención de la librería es el adecuado?		
				Recomendación del servicio	¿Cree usted que el cliente recomienda el servicio de la librería a familiares y amigos?		
Facilidad para el pago	¿Cree usted que al cliente le resulta fácil el pago a través de un aplicativo móvil?						

Variable 2 Gestión de la Calidad	Raffino (2020) sostiene que gestión de calidad viene a ser los muchos procesos sistemáticos que da la posibilidad a cualquier compañía de planificar, hacer, verificar y actuar en cada una de las actividades que establezcan. Esto sin duda da estabilidad y firmeza en la práctica del ejercicio con la finalidad de cumplir con las perspectivas de los clientes y los avances de las empresas.	Maldonado (2018) afirma que para poder realizar una buena gestión se tiene que evaluar en cuenta al enfoque al cliente y el liderazgo para tener una gestión de la calidad adecuada y esclarecer las funciones y responsabilidades de los integrantes de la empresa.	Enfoque al Cliente	Ambiente de trabajo	¿Cree usted que el personal de la librería se encuentra conforme con el ambiente de trabajo?	Propietario	Likert
				Materiales Adecuados	¿Cree usted que los materiales incorporados en su empresa son los adecuados?		
				Solución apropiada	¿Cree usted que ante los problemas que se han presentado en su empresa ha encontrado la solución más apropiada?		
				Establecimiento de mejoras	¿Planifica establecer mejoras a su empresa a largo plazo?		
				Productos de buena calidad	¿Considera que los productos que comercializa son de buena calidad?		
				Amabilidad y eficiencia	¿Cree usted que el personal de la librería atiende con amabilidad y eficiencia?		
				Local limpio y ordenado	¿Cree usted que el ambiente del local se encuentra limpio y ordenado?		
				Relación calidad / precio	¿Se encuentra conforme con la relación calidad/precio de los productos de la librería?		
				Buena presentación	¿Cree usted que la librería está bien ambientada con buena presentación?		
				Sorteos y promociones	¿Incluye sorteos o promociones en la librería?		
			Liderazgo	Sugerencias del personal	¿Toma en cuenta las sugerencias de su personal para un mejor servicio?		
				Autoevaluación	¿Aplica la autoevaluación para detectar sus avances y errores?		
				Orientación al logro	¿Su personal conoce los objetivos de la atención al cliente y está orientado al logro de estos?		

Nota: *Elaboración propia*

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Se empleó para el desarrollo de datos, la utilización de la técnica de la **encuesta**.

Según Salas (2020) manifiesta que es la técnica más empleada en las investigaciones realizadas en las ciencias sociales. Se utilizó para el recojo de información de 10 trabajadores de la microempresa sector comercio, rubro librería, caso librería Bazar Jessica, Lima, 2020. respecto a características de Gestión de calidad y Atención al Cliente

Instrumento

Según Leo (2021) manifiesta que el cuestionario permite recolectar información y datos para su tabulación, clasificación, descripción y análisis en un estudio o investigación.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario estructurado con 25 preguntas. Las primeras 12 preguntas estuvieron dirigidas a la Atención al Cliente y los 13 últimas a la Gestión de la Calidad, aplicado a los trabajadores de la microempresa sector comercio, rubro librería, caso librería Bazar Jessica, Lima, 2020

4.5 Plan de análisis

Según Fresno (2019) el plan de análisis de datos consiste en someter los datos a la realización de operaciones, esto se hace con la finalidad de obtener conclusiones precisas que nos ayudarán a alcanzar nuestros objetivos, dichas operaciones no pueden definirse previamente ya que la recolección de datos puede revelar ciertas dificultades y responde las preguntas principales de la encuesta.

El Plan de Análisis de esta investigación desarrollo de la siguiente manera: Con la información obtenida se realizó la estructura y redacción de cada punto de la investigación, así como las características más importantes de cada variable considerando el Microsoft Word, asimismo se consideró este programa para la elaboración de la encuesta que fue empleada para la recolección de datos donde se formuló un cuestionario de 25 preguntas. En cuanto a los datos obtenidos se diseñó figura y tablas estadísticas el análisis estadístico se realizó a través del SSPS, para su presentación mediante el programa Microsoft Excel. Respecto a los archivos digitales que nos dispuso la universidad, el docente tutor y el internet referente a los lineamientos y reglamentos de la estructura del informe, fueron visualizados por medio del programa Acrobat Reader. En relación a las citas y referencias bibliográficas, se empleó el Mendeley para su respectiva elaboración. Por último, se utilizó el programa utilizó el programa Turnitin para verificar que no existiera plagio en la investigación, finalmente se utilizó el programa Power Point para la presentación de la ponencia.

4.6 Matriz de Consistencia

Título	Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Población y muestra	Técnica e instrumento	Plan de analisis
<p>Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso librería Bazar Jessica, Lima, 2020</p>	<p>¿Cuál es la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima, 2020?</p>	<p>Objetivo General Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente en la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describir las características de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020 2. Determinar las características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020 3. Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente en la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020 	<p>El presente trabajo de investigación no plantea hipótesis porque fue de diseño descriptivo (Hernández y Mendoza 2018)</p>	<p>Variable 1 Atención al Cliente</p> <p>Variable 2 Gestión de la Calidad</p>	<p>Diseño de la Investigación</p> <p>No Experimental – Transversal – descriptivo – de propuesta</p>	<p>Población – Muestra</p> <p>La población estuvo conformada por 10 trabajadores de la Mype librería Bazar Jessica de Lima</p> <p>Muestra: conformada por el 100% de la población es decir 10 trabajadores de la Mype librería Bazar Jessica de Lima 2020</p>	<p>Técnica</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario</p>	<p>Se utilizaron los siguientes programas informáticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Microsoft Word - Microsoft Excel - Programa Acrobat Reader - Mendeley - SSPS - Turnitin.

Nota: Elaboración propia

4.7 Principios éticos

El comité Institucional de Ética en Investigación (2019) de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se deben cumplir con los siguientes principios

Protección a las personas. Se respetó la confiabilidad, privacidad respetando la dignidad de cada participante que respondieron de carácter voluntario. Asimismo, se solicitó mediante documento la autorización respectiva.

Libre participación y derecho a estar informado. - Se solicitó la autorización a los trabajadores de la MYPE, mediante el consentimiento informado para el recojo de información el mismo que se hizo de conocimiento oportunamente.

Beneficencia no maleficencia. – Se respetó a quienes cooperaron en el suministro de información y me esforcé por brindarles la mayor confianza posible al recopilar datos de la investigación, sin perjudicar a la empresa.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. – Utilicé papeles reciclados, asimismo, la encuesta lo realicé vía online, contribuyendo con el medio ambiente, también tuve cuidado con el ahorro de la energía eléctrica.

Principio de Justicia. – A todos los participantes se trató por igual con respeto, mediante un trato cordial y adecuado durante el proceso de recopilación de datos, tomando todas las precauciones.

Integridad científica. -Se aplicó velando por la integridad y dignidad de todos los individuos que se les solicitó la información siempre con responsabilidad, así como lo resultados reales. Es decir, se prestó una atención cuidadosa para garantizar la fiabilidad de los datos recabados.

Principios de Confidencialidad: En la encuesta que se recabó se garantizó la confiabilidad de los datos, tan solo se difundió la información autorizada por el titular de MYPE en investigación.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.

<i>Características de la Gestión de Calidad</i>	N	%
<i>Expectativa de los clientes respecto al servicio brindado</i>		
Totalmente en desacuerdo	1	10.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	30.00
Totalmente de acuerdo	6	60.00
Total	10	100.00
<i>Sugerencia de los clientes para brindar buen servicio</i>		
Totalmente en desacuerdo	1	10.00
En desacuerdo	2	20.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	0	0.00
Totalmente de acuerdo	7	70.00
Total	10	100.00
<i>Calidad de los productos garantiza la satisfacción al cliente</i>		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	7	70.00
Totalmente de acuerdo	3	30.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 1

Características de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.

<i>Servicio brindado satisface las necesidades de los clientes</i>		
Totalmente en desacuerdo	1	10.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	40.00
Totalmente de acuerdo	5	50.00
Total	10	100.00
<i>Visita frecuentemente la librería para compra de libros y materiales</i>		
Totalmente en desacuerdo	1	10.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	6	60.00
Totalmente de acuerdo	3	30.00
Total	10	100.00
<i>La atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento</i>		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	30.00
Totalmente de acuerdo	7	70%
Total	10	100.00

Continúa....

Tabla 1

Características de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.

<i>Recomendación de los productos con amigos y familiares</i>		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	7	70.00
Totalmente de acuerdo	3	30.00
Total	10	100.00
<i>Implementando estrategias de fidelización contribuiría con la mejora de la Empresa.</i>		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	1	10.00
Totalmente de acuerdo	9	90.00
Total	10	100.00
<i>Establece la garantía de brindar servicio de calidad</i>		
Totalmente en desacuerdo	2	20.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	30.00
Totalmente de acuerdo	5	50.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 1

Características de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.

	<i>Concluye...</i>	
<i>Horario de atención es el adecuado</i>		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	8	80.00
Totalmente de acuerdo	2	20.00
Total	10	100.00
<i>El cliente recomienda el servicio a familiares y amigos</i>		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	5	50.00
Totalmente de acuerdo	5	50.00
Total	10	100.00
<i>Al cliente le resulta fácil el pago a través de un aplicativo móvil</i>		
Totalmente en desacuerdo	1	10.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	30.00
Totalmente de acuerdo	6	60.00
Total	10	100.00

Nota: *Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro librería, Lima 2020.*

Tabla 2

Características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020

<i>Características de Atención al Cliente</i>	N	%
Personal de la librería está conforme con el ambiente de trabajo		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	7	70.00
Totalmente de acuerdo	3	30.00
Total	10	100.00
<i>Materiales incorporados son los adecuados</i>		
Totalmente en desacuerdo	2	20.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	2	20.00
Totalmente de acuerdo	6	60.00
Total	10	100.00
<i>Ante los problemas se encontró la solución apropiada</i>		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	7	70.00
Totalmente de acuerdo	3	30.00
Total	10	100.00

Continúa.....

Tabla 2

Características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020

<i>Establecer mejoras a la empresa a largo plazo</i>		
Totalmente en desacuerdo	1	10.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	40.00
Totalmente de acuerdo	5	50.00
Total	10	100.00
<i>Productos que se comercializa de buena calidad</i>		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	40.00
Totalmente de acuerdo	6	60.00
Total	10	100.00
<i>Personal atiende con amabilidad y eficiencia</i>		
Totalmente en desacuerdo	1	10.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	40.00
Totalmente de acuerdo	5	50.00
Total	10	100.00

Continua....

Tabla 2

Características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020

<i>Ambiente del local se encuentra limpio y ordenado</i>		
Totalmente en desacuerdo	1	10.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	40.00
Totalmente de acuerdo	5	50.00
Total	10	100.00
<i>Conforme con la relación calidad/precio de los productos</i>		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	6	60.00
Totalmente de acuerdo	4	40.00
Total	10	100.00
<i>Local ambientado con buena presentación</i>		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	6	60.00
Totalmente de acuerdo	4	40.00
Total	10	100.00

Continúa....

Tabla 2

Características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020

<i>Incluye sorteos o promociones en la librería</i>		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	5	50.00
Totalmente de acuerdo	5	50.00
Total	10	100.00
<i>Toma en cuenta sugerencias del personal</i>		
Totalmente en desacuerdo	2	20.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	5	50.00
Totalmente de acuerdo	3	30.00
Total	10	100.00
<i>Autoevaluación para detectar avances y errores</i>		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	30.00
Totalmente de acuerdo	7	70.00
Total	10	100.00

Continua...

Tabla 2

Características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020

	<i>Concluye....</i>	
<hr/>		
<i>El personal conoce los Objetivos de la atención al cliente y está orientado al logro</i>		
<hr/>		
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0.00
De acuerdo	5	50.00
Totalmente de acuerdo	5	50.00
Total	10	100.00

***Nota:** Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro librería, Lima 2020.*

Tabla 3

Propuesta de mejora de la Atención al Cliente para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Librería, caso Librería Bazar Jessica, Lima, 2020.

Indicadores	Problemas encontrados	Causas del Problema	Consecuencias del Problema	Acciones de mejora	Responsable	Presupuesto
Personal de la Librería conforme con el ambiente de trabajo	70% de acuerdo con el ambiente de trabajo de forma empírica en base a la experiencia, pero se tiene que implementar mejora	Cada uno trabaja por su cuenta, falta de compromiso laboral	<ul style="list-style-type: none"> - Desinterés laboral - Metas de ventas no cumplidas - Ausentismo laboral - Conflictos con los compañeros 	<ul style="list-style-type: none"> - Construir grupos de trabajo - Gestionar asertivamente un conflicto - Propiciar un ambiente creativo - Promover que todos se conozcan 	Propietario o representante	S/ 1,300.00
Ante los problemas se encontró solución apropiada	70% de los encuestados está de acuerdo con la solución apropiada a los problemas, aunque de manera empírica en base a la experiencia, pero se tiene que implementar mejoras	Falta de compromiso para realizar soluciones	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajadores poco valorados - Poco compañerismo - Falta de solidaridad - Ambiente de trabajo inadecuado 	<ul style="list-style-type: none"> - Generar confianza entre jefes y trabajadores - Impulsar medidas saludables - Fomentar el respeto y la igualdad - Hacer que los trabajadores se sientan escuchados - Crear un ambiente adecuado - Realizar reuniones periódicas 	Propietario o representante	S/ 2,400.00
Conforme con la relación calidad/precio de los productos	60% de los encuestados está de acuerdo en la relación calidad/precios de los productos, pero de forma empírica en base a la experiencia, pero se tiene que implementar mejoras.	Falta de información oportuna e involucrarse con las necesidades de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> - Baja Productividad - Bajo rendimiento económico - Clientes insatisfechos 	Realizar encuesta para recoger la opinión de los clientes y determinar si se encuentran satisfechos con la calidad y precio de los productos	Propietario o representante	S/ 2,000.00

Toma en cuenta sugerencias del personal	50% de los propietarios se encuentran de acuerdo con las sugerencias del personal, pero se tiene que implementar mejoras.	Potenciar las habilidades comunicativas con cada trabajador.	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar las habilidades comunicativas en los trabajadores - Baja productividad - No se cumplen los Objetivos - Fuga de talento - Ausencia de compromiso con la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocer y celebrar con frecuencias los logros de los trabajadores - Mantener una constante retroalimentación con los trabajadores - Planificar presupuesto para motivar a los trabajadores 	Propietario o representante	S/ 3,000.00
Calidad de los productos garantiza la satisfacción al cliente	70% de los encuestados está de acuerdo con la satisfacción del cliente, pero se tiene que implementar mejoras	Por falta de información oportuna e involucrarse con las necesidades de los clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Baja productividad - Bajo rendimiento económico - Clientes insatisfechos 	Definir estrategias dentro del plan de trabajo para conocer mejor y segmentar a los clientes.	Propietario o representante	S/ 3,000.00
Horario de atención es el adecuado	80% de acuerdo con el horario de atención que se le brinda a los clientes, pero se tiene que implementar mejoras	El horario de cierre del local no cumple con las expectativas del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Por falta de información oportuna e involucrarse con las necesidades de los clientes - Baja Productividad mensual - Bajo rendimiento económico - Clientes insatisfechos 	Definir estrategias dentro del plan de trabajo en relación al horario de atención y los clientes se encuentren satisfechos	Propietario o representante	S/ 1,500.00

Nota: Elaboración propia

5.2 Análisis De Resultados

Tabla 1. Características de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.

Expectativa de los clientes respecto al servicio brindado. El 60% de los encuestados consideran que están Totalmente de acuerdo con respecto al indicador (Tabla 1), esto tiene similitud con la investigación López (2018) manifiesta que es evidente que ofrecer un buen servicio al cliente es muy importante para cualquier empresa de la cual depende su éxito o fracaso, y que los mismos puedan recomendar los productos o servicios que dé.

Sugerencias de los clientes para brindar buen servicio. El 70% de los encuestados consideran estar Totalmente de acuerdo con respecto al indicador (Tabla 1), al respecto el autor Cárdenas (2019) señala que los clientes retornan cuando ven que sus sugerencias son implementadas o atendidas, termina el autorpreciando que es una buena estrategia para brindar un buen servicio al cliente.

Calidad de los productos garantiza la satisfacción al cliente. El 70% de los encuestados consideran que están De acuerdo referente al indicador (Tabla 1), por su parte Torres (2018) llega a la conclusión que los clientes buscan la satisfacción de los productos ofertados y que la mejora tiene que ser continua. Al respecto Guzmán (2018) manifestó que la clave de un negocio y otorgar el mejor producto y atención al cliente, la manera de brindar lo mejor es identificar bien el segmento de mercado e identificar cuáles son las expectativas del cliente.

Servicio brindado satisface las necesidades de los clientes. El 50% de los encuestados señala estar Totalmente de acuerdo en relación al indicador (Tabla 1). En efecto Mateos de Pablo Blanco (2019) señala que es necesario estar atentos y concentrados al momento de atender las necesidades de los consumidores, de manera que, se pueda captar el pedido y por ende entregar el producto adecuado.

Visita frecuentemente la librería para compra de libros y materiales El 60% de los encuestados manifiestan estar De acuerdo en relación al indicador (Tabla 1) *Acude frecuentemente a la librería Bazar Jessica para la compra de sus libros y materiales.*

La atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento. El 70% refieren que están Totalmente de acuerdo en relación al indicador (Tabla 1), mientras tanto Calle (2019) obtuvo que el 47% de las Mypes casi siempre esta alerta a promover estrategias que permitan al cliente fidelizarse, regresar y recomendar el negocio.

Recomendación de los productos con amigos y familiares. El 70% señalan estar De acuerdo al indicador (Tabla 1), esto tiene similitud con la investigación de Carihuasari (2018) quien indicó que el 66.67% de las Mypes indican que sí, considera que los clientes valoran el servicio y generan fidelización, mientras que su contraparte con un 33.33% dice que no, al respecto Guzmán (2018) señala que la comunicación es parte fundamental del servicio al cliente se debe precisar una comunicación en términos fáciles de comprender por el consumidor, es preciso que la organización cuente con trabajadores comprometidos con la visión y misión de la empresa, la mejor forma expresiva de comunicarse con el cliente es llegar a él con respeto, carisma, y sobre

todo que se anticipe a sus expectativas, esto hará que el cliente recomiende los productos y servicios de la empresa de manera favorable a la imagen de la empresa.

Implementando estrategias de fidelización contribuiría con la mejora de la Empresa.

El 90% de los encuestados determinan estar Totalmente de acuerdo en relación al indicador (Tabla 1), referente a ello Marchan (2019) en su investigación obtuvo que el 100% de las Mypes efectúa estrategias para dar respuestas y soluciones inmediatas a los problemas con el cliente, para el autor Aguilar (2019) considera al grado de satisfacción del cliente, es el arte de atender al cliente, ofrecer lo que necesita dar el valor agregado, dar un beneficio, dar un valor diferencial al consumidor hará que el cliente desarrolle la fidelidad hacia el producto / servicio y acrecentará el valor de la marca.

Establece la garantía de brindar servicio de calidad. El 50% de los encuestados manifiesta estar Totalmente de acuerdo referente al indicador (Tabla 1), no obstante Vásquez (2019) en su investigación menciona que el 100% de las empresas consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Estos resultados demuestran que los representantes en su totalidad consideran que la gestión de calidad permite mejorar el rendimiento en este sentido permite generar mayor eficiencia.

Horario de atención es el adecuado. El 80% de los encuestados consideran estar De acuerdo en relación al indicador (Tabla 1), estos resultados se fundamentan con el artículo de Aros (2021), quien afirmo que el trabajo desarrollado en un horario excesivo afecta a la motivación y rendimiento del trabajador.

El cliente recomienda el servicio a familiares y amigos. El 50% de los encuestados indican estar Totalmente de acuerdo en relación al indicador (Tabla 1),

Al cliente le resulta fácil el pago a través de un aplicativo móvil. El 60% considera estar Totalmente de acuerdo en relación al indicador (Tabla1), estos resultados contrastan con Turriate (2017) quien señala que de las mypes encuestadas el 41.7% utilizan como técnica moderna las Tics. Por ello se puede deducir que las mypes si utilizan medios tecnológicos para la venta de sus productos.

Tabla 2. Características de la gestión de calidad de micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.

Personal de la librería está conforme con el ambiente de trabajo: El 70% de los encuestados se encuentran De acuerdo con el indicador (tabla 1). Para el autor Ortiz (2020) el proceso de la atención al cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para las mejoras. Toda acción en la prestación del servicio debe ser dirigida a lograr la satisfacción en el cliente, Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad, calidad, tiempo y precio, es por ello que es muy importante para los colaboradores establecer

un ambiente de trabajo adecuado y que el personal se sienta conforme con su ambiente de trabajo.

Materiales incorporados son los adecuados: El 60% de los encuestados determinan estar Totalmente de acuerdo con el indicador (Tabla 1). Lo cual se asemeja con la tesis de Rivera (2019) donde manifestó que la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes en Ecuador indicando que las empresas tienen que conocer sus productos antes que los clientes, para entregar un producto de calidad.

Ante los problemas que se han presentado se encontró la solución más apropiada se evidencia que el 30% de los encuestados manifiesta estar Totalmente de acuerdo con el indicador (Tabla 1). Para Para Kotler existen beneficios que son directamente proporcionados por las empresas para satisfacer a los clientes, como la compra repetitiva es porque el cliente satisfecho, regrese a comprar, pues recibe diferentes muestras de beneficios y la aptitud de adquirir el mismo u otros productos en el futuro, esto se da porque el cliente siente que sus problemas han sido solucionados por la empresa de manera satisfactoria.

Establecer mejoras a la empresa a largo plazo. El 50% de los encuestados señala estar Totalmente de acuerdo respecto al indicador (Tabla 1), lo cual se asemeja con la tesis de Carihuasari (2018) señala que del 100% de los resultados obtenidos el 47% de las Mypes casi siempre están direccionados hacia mejorar el negocio y a formalizarse, hacer crecer el negocio, siendo la mejora continua un elemento.

Productos que se comercializa son de buena calidad. El 60% de los encuestados considera estar Totalmente de acuerdo en relación al indicador (tabla 1), lo cual coincide Jiménez (2018) quien manifiesta que un 82,3% de sus encuestados se refieren a que la gestión de calidad se trabaja con metas para el logro de la calidad. Para Rogel (2018) consideró que la gestión de calidad, una de sus principales funciones es asegurar la calidad de los productos y servicios, con la aplicación de procedimientos y con la participación de los integrantes de la organización, para brindar al cliente productos satisfactorios de necesidades de buena calidad.

Personal Atiende con amabilidad y eficiencia. El 50% de los encuestados manifiesta estar Totalmente de acuerdo con el indicador (tabla 1), al respecto, Mateos de Pablo Blanco (2019) manifiesta que para atender al cliente se debe de mostrar siempre una actitud positiva, relajada y con una expresión que cautive y agrade al comprador; pues, este es el modo adecuado de recibirlo, además de transmitir seguridad y comodidad.

Ambiente del local se encuentra limpio y ordenado. El 50% manifiesta estar Totalmente de acuerdo en relación al indicador (tabla 1), sobre ello Mateos de Pablo Blanco (2019) afirma que el ambiente de la empresa debe ser adecuado y acorde a la comodidad y agrado del cliente; puesto que, esta conducta, es lo primero que observa el consumidor al ingresar a todo negocio.

Conforme con la relación calidad/precio de los productos. El 60% de los encuestados se encuentra De acuerdo con el indicador, en este sentido Turriate (2017)

quien obtuvo que de las Mypes encuestadas se consulto acerca de si la gestión de calidad contribuye en la mejora del negocio, la cual respondieron que el 66.7% si contribuye a la mejora y el 33.3% no contribuye a una mejora del negocio.

Local ambientado con buena presentación. El 60% de los encuestados determina estar De acuerdo con el indicador (tabla 1), los resultados obtenidos refutan con Melgarejo (2020) quien obtuvo un resultado de un 80% de las Mypes, que sus colaboradores en algunas veces tienen el conocimiento exacto sobre los gustos y preferencias de los consumidores.

Incluye sorteos y promociones en la librería. El 50% de los encuestados consideran estar Totalmente de acuerdo con el indicador (Tabla 1), estos resultados concuerdan con Gaspar (2020) el cual indicó que el 45% de las mypes solo algunas veces ha aplicado promociones y descuentos mediante sus redes o páginas web. Por otro lado, contrasta con lo encontrado en la tesis de Carlin (2020) el cual manifestó que el 40% de sus participantes muy pocas veces ha realizado promociones o descuentos online en sus redes o páginas.

Toma en cuenta sugerencia del personal. El 70% se encuentra De acuerdo para mantener un buen clima laboral en la empresa (Tabla1), lo cual concuerda con Carillo (2020) señala que las relaciones internas, implicada en la capacidad para relacionarse directamente, entablar relaciones amenas y despiertan el interés. Las relaciones entre los principales encargados y los trabajadores, permite que se establezca y se mantenga un clima laboral afectuoso, que todo el personal labore de manera conjunta a beneficio de ambas partes, por lo que las relaciones entre los colaboradores deben ser cordial y

de respeto mutuo, ello conlleva a trabajar en equipo y buscar la eficiencia en todos sus procesos, por tanto, la buena atención al cliente queda implícita en dicho proceso.

Autoevaluación para detectar avances y errores. El 70% de los encuestados señalan estar Totalmente de acuerdo con el indicador (Tabla 1). Asimismo, Calle (2019) en su tesis referente a si la empresa se autoevalúa a nivel organizacional logra detectar sus avances y errores a corregir, del 100% de las respuestas obtenidas el 71 % casi siempre se autoevalúa y retroalimenta para el análisis de su negocio reconociendo sus problemas.

El personal conoce los objetivos de la atención al cliente y está orientado al logro. El 50% de los encuestados consideran estar Totalmente de acuerdo con el indicador (Tabla 1), lo cual se asemeja con la tesis de Rodríguez (2021) donde manifestó que, el 73,7% de los encuestados expresó que la confianza que les brinda el representante, si influye de manera positiva en su 89 desempeño laboral. De modo, que esto demuestra que la confianza brindada por parte de los representantes a sus colaboradores es importante, ya que esto les permite a los colaboradores tener un mejor rendimiento y desempeño a la hora de desarrollar sus actividades dentro de la empresa.

VI. CONCLUSIONES

Se encontró, al analizar el área de atención al cliente, deficiencias en algunos procesos como: el seguimiento al proceso de atención al cliente, la atención de peticiones, quejas, reclamos y la medición de la satisfacción del cliente, generando una imagen errónea de la empresa. Al respecto, es importante resaltar que existe en la empresa el compromiso de los trabajadores del área por mejorar continuamente la calidad del servicio. Asimismo, la mayoría menciona que está de acuerdo en reconocer el esfuerzo de sus colaboradores.

Se logró determinar que, en la Mype Librería Bazar Jessica, el mejoramiento continuo es una herramienta fundamental para renovar los procesos administrativos que se realizan, lo cual hace que estén en constante actualización; además permite que sean más eficientes y competitivas, lo que garantizara su permanencia en el mercado. En este caso el aumento de la productividad, en combinación con el trabajo conjunto y la buena relación de confianza entre sus colaboradores, permitirá atender grandes volúmenes de pedidos y, en consecuencia, ser más competitivos; es decir, entregar productos de calidad consistente al mejor precio y en un tiempo de entrega menor que los competidores.

La propuesta de mejora tiene como propósito dar a conocer al propietario de la empresa soluciones administrativas que harán posible, que la mype, objeto de estudio, mejore su atención al cliente y gestión de la calidad. En este caso un personal motivado mejorará su rendimiento y por ende redundará en el incremento de las ventas y mayor rentabilidad, brindando productos y servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de sus clientes.

VII RECOMENDACIONES

Enfocarse y brindarle una buena atención al cliente, ya que con los recursos adecuados se puede brindar un buen trato, fidelizar a los clientes y captar nuevos, una librería en un sector es importante, ya que generalmente estudiantes de colegios y universidades requieren constantemente de materiales para su educación.

Elaborar un plan de capacitación basado en la mejora de la gestión de la calidad de las microempresas, informando a cada uno de los colaboradores sobre la importancia de los beneficios que produce esta. Hay que tomar en cuenta que la capacitación al personal conlleva a una mejor producción y servicio de calidad por ello los colaboradores deben tener una buena preparación para cumplir con las expectativas de sus clientes, satisfaciendo sus necesidades a través de sus productos y servicio de calidad.

Implementar los indicadores de gestión de calidad descritos en las propuestas con el objetivo de alcanzar la meta de cada uno y lograr el mejoramiento continuo de sus procesos y la eficacia del sistema de gestión de calidad, realizando capacitaciones de manera continua, para lograr mejorar la calidad de servicio en el área de atención al cliente de la Mype Librería Bazar Jessica.

Ejecutar el Plan de Mejora propuesto para una adecuada atención al cliente y lograr la calidad de servicio de la Mype Librería Bazar Jessica.

PLAN DE MEJORA PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO LIBRERÍA DE LIMA

1. Datos Generales

- **Nombre o razón social:** Micro y pequeñas empresas del rubro librería de Lima
- **Giro de la empresa:** Comercio
- **Dirección:** Lima- Perú
- **Nombre del representante:** Propietario de la librería
- **Historia:**

La librería de Lima, son micro y pequeñas empresas que se dedican al servicio y a la venta de diferentes productos, tales como: libros, artículos de escritorio, artículos de oficina, entre otros. Están enfocadas en satisfacer las necesidades de los usuarios, quienes por motivos especiales buscan encontrar productos de buena calidad.

2. Misión

Ofrecer servicios que satisfagan las necesidades de nuestros clientes de todas las edades, asegurándonos que los productos que ofrecemos son de calidad en el tiempo y el precio que el público requiere.

3. Visión

Ser una empresa líder en el mercado del rubro librería, donde nuestros clientes tengan una buena referencia sobre nosotros y nos consideren como su mejor opción para adquirir productos, libros, artículos de escritorio, artículos de

oficina. Por otro lado, ser una librería reconocida a nivel nacional y ampliar sucursales en los distintos departamentos

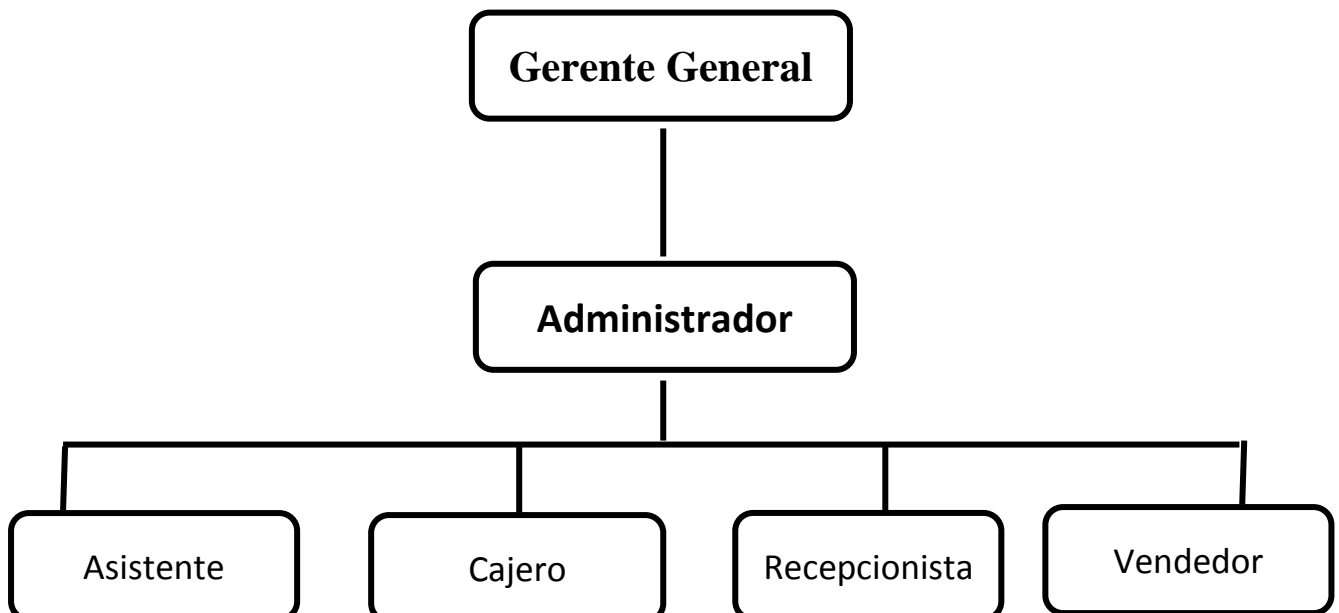
4. Objetivos

- Mejorar de manera continua la atención que se le brinda al cliente, teniendo un trato personalizado a cada uno de ellos.
- Aumentar la calidad de los productos y que estos cumplan con las expectativas de los clientes
- Brindar un servicio y un ambiente acogedor que haga sentir al cliente cómodo al momento de concurrir a nuestro local y adquirir nuestros productos.

5. Productos y/o servicios

Las micro y pequeñas empresas del rubro librería se encarga a la venta de productos de oficina, libros, útiles escolares etc.

6. Organigrama



Nota: Elaboracion proía

6.1 Descripción de funciones

Gerencia	
Cargo	Gerente Gnereal
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en Administracion - Habilitacion profesional - Experiencia minima de 2 años como administrador de libreria - Tener capacidades comunicativas y de liderazgo - Ser proactivo, responsable, honesto y capaz de trabajar en equipo - Contar con habilodades de gestion
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar y organizar las actividades de la empresa. - Contratar al personal - Evaluar el desempeño de los empleados - Verificar el reporte de planilla de los colaboradores. - Establecer reuniones de capacitación y motivación para el personal. - Plantear metas, objetivos y estrategias de mejora. - Asegurar la alta calidad en la atención al cliente.
Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 1 año. – - Estudios técnicos o universitarios. - Capacidad para aprender con rapidez. - Office avanzado. - Capacidad de comunicarse y trabajar en equipo.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Administrar adecuadamente los recursos financieros para realizar las operaciones de compras y efectuar los pagos al personal y a terceros. - Llevar un control adecuado de los ingresos y egresos de la empresa. - Apoyar al gerente en la elaboración de planes estratégicos. - Realizar estudios de mercados. - Evaluar la situación financiera de la empresa para la toma de decisiones. - Realizar estrategias de promoción.

Area de Ventas	
Cargo	Cajero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia de por lo menos 1 año en el puesto requerido. - Tener tiempo disponible para trabajar durante 6 días a la semana. - No contar antecedentes penales. - Ofrecer una buena atención al cliente. - Tener conocimiento de los cuadros de caja, arqueos y liquidaciones. - Responsabilidad y compromiso. - Poder identificar billetes y monedas falsas - Realizar procesos de facturación y cobranza. - Atender llamadas . - Realizar apertura y cierre de caja. - Mantener limpia su área de trabajo. - Brindar información de las promociones a los clientes al momento de cancelar sus productos.
Cargo	Recepcionista
	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 3 años en atención al cliente. - Estudios académicos, mínimo secundaria completa. - Capacidad para trabajar bajo presión. - Capacidad para trabajar en equipo. - Tolerante, dinámico y responsable. - Estar dispuesto a laborar durante 6 días a la semana.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Dar a conocer las promociones del negocio - Brindar una atención de calidad a los clientes. - Mantener limpia su zona de trabajo. - Recepcionar y almacenar los productos. - Aplicar las medidas de seguridad establecidas en el negocio. - Recibir llamadas telefónicas - Realizar el inventario de todos los productos diarios y semanales.
Cargo	Asistente
	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con 1 año mínimo de experiencia como ayudante de librería. - Capacidad para trabajar en equipo. - Contar con la disponibilidad de trabajar 6 días a la semana. - Estar dispuesto a aprender y adaptarse a diversas actividades. - Tener actitud y compromiso. - Ser una persona con valores positivos

Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar una atención de calidad a los clientes. - Mantener limpia su zona de trabajo. - Aplicar las medidas de seguridad establecidas en el negocio. - Recibir llamadas telefónicas - Realizar el inventario de todos los productos diarios y semanales.
Cargo	Vendedor
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con 1 año mínimo de experiencia en ventas - Conocer bien la empresa para la que trabaja, incluyendo su filosofía, sus objetivos, y sus procedimientos. - Conocer los productos. Esto implica conocer sus ventajas, desventajas, su proceso de fabricación, su vida útil. - Conocer la competencia
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer el producto - Asesorar a los posibles compradores - Fidelizar a los clientes. ... - El vendedor debe ofrecer un servicio post venta. ... - Cuidar la imagen de un vendedor. ... - Elaborar y comunicar un reporte de ventas.

7. Diagnostico General

<p style="text-align: center;">ANALISIS FODA</p>	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>O1. Los productos que se ofrecen son adquiridos por todos los estratos socioeconómicos. O2. Los artículos de oficina, escolares, libros nunca deben faltar en los hogares.. O3 . Crecimiento de la demanda de los productos que generará la apertura de nuevas sucursales. O4. Diversificación de los productos ofrecidos. . O5. El impacto positivo de las redes sociales para promocionar la librería bazar. O6. Existencia de entidades bancarias que brindan facilidad para financiar a los pequeños negocios.</p>	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>A1: Nivel elevado de competencia en el sector. A2. Competencia con mejor equipamiento y tecnología. A3. Fácil acceso de nuevos competidores al mercado. A4. Elevado número de productos sustitutos. A5. Inestabilidad económica en el país. A7. Publicidad intensiva de la competencia. A8. Incremento de actos delictivos alrededor de la zona.</p>
<p>Fortalezas</p> <p>F1. Atención y servicio de calidad. F2. Ofrece precios aptos para el público en general. F3. Fidelidad de los clientes. F4. Negocios formales. F5. Personal con experiencia. F6. Local propio. F7. Brinda variedad de productos</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias F-O</p> <p>Brindar una atención personalizada a los clientes, haciéndolos sentir cómodos desde su ingreso y salida del local (F1, O1, O2). -Ofrecer ofertas y descuentos especiales a los clientes más recurrentes para mantener su fidelidad con la librería (F2, F3, O2, O5). -Crear alianzas con nuevos proveedores para tener más opciones de productos (F7, O6).</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias F-A</p> <p>-Crear una ventaja competitiva basada en la mejora continua de los productos y servicios ofrecidos (F1, A1, A4). - Mejorar las estrategias de marketing para aumentar la publicidad y el recomiendo del negocio en el mercado (F3, F4, A1, A3, A4, A7) -Reducir los costos de los artículos, sin perder la calidad del producto (F1, F2, A5, A6). - Realizar una buena gestión de compras para evitar el desperdicio de dinero (F2, A5, A6)</p>

Debilidades	Estrategias D-O	Estrategias D-A
<p>D1. Insuficiente tecnología y equipamiento en el local.</p> <p>D2. Ofrece pocas promociones de sus productos.</p> <p>D3. Ineficiencia en la recepción y entrega de los productos.</p> <p>D4. Capacidad reducida del local.</p> <p>D5. Carencia de un plan de capacitación para el personal.</p> <p>D6. Ubicación inadecuada del local.</p> <p>D7. Falta de innovación para la presentación de los productos.</p> <p>D8. Bajo reconocimiento de la pollería.</p>	<p>- Buscar financiamiento para la implementación de nuevas tecnologías (D1, D3, O8).</p> <p>- Brindar promociones a los clientes ofertando productos, artículos de oficina (D2, O5).</p> <p>- Aperturar nuevas sucursales con un mayor aforo de los clientes (D4, D6, O4, O8).</p> <p>- Establecer programas de capacitación para mejorar el rendimiento del personal en la atención y servicio del cliente (D3, D5, D7, O5, O8)</p> <p>- Marcar la diferencia de los productos, tanto en la calidad, precios y originalidad de sus presentaciones (D7, D8, O1, O3, O5)</p>	<p>- Establecer alianzas con empresas proveedoras de equipamiento y tecnología (D1, A2, A6).</p> <p>- Rediseñar la fachada del local, volviéndola más llamativa para captar la atención del público en general (D8, A7).</p> <p>- Implementar áreas de distracción para la estadía del público en el local (D8, A1, A3, A7).</p> <p>- Aprovechar las redes sociales para llamar la atención de los clientes (D2, D3, D6, D8, A1, A2, A4, A7).</p>

Nota: Elaboración propia

8. Indicadores de Gestión

Indicadores	Evaluación de Indicadores dentro de las Mypes
Personal de la Librería conforme con el ambiente de trabajo	Los propietarios no siempre toman en cuenta a todo el personal en relación al ambiente de trabajo
Ante los problemas se encontró la solución apropiada.	Los propietarios no encuentran la solución apropiada a los problemas que se pueden presentar
Conforme con la relación calidad/ precio de los productos.	En ocasiones los propietarios no reconocen la iniciativa de sus colaboradores en sugerir precios a los productos
Toma en cuenta sugerencias del personal.	Los líderes no siempre toman en cuenta las sugerencias del personal.
Calidad de los productos garantiza la satisfacción al cliente.	Los líderes no aplican encuestas para conocer la satisfacción del cliente
Horario de atención es el adecuado.	Los propietarios no toman en cuentas si es el adecuado el horario de atención que se les brinda a los clientes

Nota: Elaboración propia

9. Problemas

Indicadores	Problema	Causa del Problema
Personal de la Librería conforme con el ambiente de trabajo	70% de acuerdo con el ambiente de trabajo de forma empirica en base a la experiencia, pero se tiene que implementar mejora	Cada uno trabaja por su cuenta, falta de compromiso laboral
Ante los problemas se encontró la solución apropiada.	70% de los encuestados está de acuerdo con la solución apropiada a los problemas, aunque de manera empirica en base a la experiencia, pero se tiene que implementar mejoras	Falta de compromiso para realizar soluciones
Conforme con la relación calidad/ precio de los productos.	60% de los encuestados está de acuerdo en la relación calidad/precios de los productos, pero de forma empirica en base a la experiencia, pero se tiene que implementar mejoras.	Falta de información oportuna e involucrarse con las necesidades de los clientes.
Toma en cuenta sugerencias del personal.	50% de los propietarios se encuentran de acuerdo con las sugerencias del personal, pero de manera empirica en base a la experiencia, se tiene que implementar mejoras.	Potenciar las habilidades comunicativas con cada trabajador.
Calidad de los productos garantiza la satisfacción al cliente.	70% de los encuestados está de acuerdo con la satisfacción del cliente, pero se tiene que implementar mejoras	Por falta de información oportuna e involucrarse con las necesidades de los clientes
Horario de atención es el adecuado.	80% de acuerdo con el horario de atención que se le brinda a los clientes, pero se tiene que implementar mejoras	El horario de cierre del local no cumple con las expectativas del cliente.

Nota: Elaboración propia

10. Establecer Soluciones

10.1 Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problema	Acciones de mejora
Personal de la Librería conforme con el ambiente de trabajo	70% de acuerdo con el ambiente de trabajo de forma empirica en base a la experiencia, pero se tiene que implementar mejora	<ul style="list-style-type: none"> - Construir grupos de trabajo - Gestionar asertivamente un conflicto - Propiciar un ambiente creativo - Promover que todos se conozcan
Ante los problemas se encontró la solución apropiada.	70% de los encuestados está de acuerdo con la solución apropiada a los problemas, aunque de manera empirica en base a la experiencia, pero se tiene que implementar mejoras	<ul style="list-style-type: none"> - Generar confianza entre jefes y trabajadores - Impulsar medidas saludables - Fomentar el respeto y la igualdad - Hacer que los trabajadores se sientan escuchados - Crear un ambiente adecuado - Realizar reuniones periódicas
Conforme con la relación calidad/ precio de los productos.	60% de los encuestados está de acuerdo en la relación calidad/precios de los productos, pero de forma empirica en base a la experiencia, pero se tiene que implementar mejoras.	Realizar encuesta para recoger la opinión de los clientes y determinar si se encuentran satisfechos con la calidad y precio de los productos
Toma en cuenta sugerencias del personal.	50% de los propietarios se encuentran de acuerdo con las sugerencias del personal, pero de manera empirica en base a la experiencia, se tiene que implementar mejoras.	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocer y celebrar con frecuencias los logros de los trabajadores - Mantener una constante retroalimentación con los trabajadores - Planificar presupuesto para motivar a los trabajadores
Calidad de los productos garantiza la satisfacción al cliente.	70% de los encuestados está de acuerdo con la satisfacción del cliente, pero se tiene que implementar mejoras	Definir estrategias dentro del plan de trabajo para conocer mejor y segmentar a los clientes.
Horario de atención es el adecuado.	80% de acuerdo con el horario de atención que se les brinda a los clientes, pero se tiene que implementar mejoras	Definir estrategias dentro del plan de trabajo en relación al horario de atención y los clientes se encuentren satisfechos

Nota: Elaboración propia

11. Recursos para la implementación de las estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	<ul style="list-style-type: none"> - Construir grupos de trabajo - Gestionar asertivamente un conflicto - Propiciar un ambiente creativo - Promover que todos se conozcan 	Propietario y personal	S/ 1,300.00	Internet Computadora Proyectos	4 meses
2	<ul style="list-style-type: none"> - Generar confianza entre jefes y trabajadores - Impulsar medidas saludables - Fomentar el respeto y la igualdad - Hacer que los trabajadores se sientan escuchados - Crear un ambiente adecuado - Realizar reuniones periódicas 	Propietario y personal	S/ 2,400.00	Internet Computadora Celulares	4 meses
3	Realizar encuesta para recoger la opinión de los clientes y determinar si se encuentran satisfechos con la calidad y precio de los productos	Propietario y personal	S/ 2,000.00	Internet Computadora Celulares	4 meses

4	-Reconocer y celebrar con frecuencias los logros de los trabajadores -Mantener una constante retroalimentación con los trabajadores -Planificar presupuesto para motivar a los trabajadores	Propietario	S/ 3,000.00	Internet Computadora Celulares	4 semanas
5	Definir estrategias dentro del plan de trabajo para conocer mejor y segmentar a los clientes.	Propietario	S/ 3,000.00	Internet Computadora Celulares Proyector	4 semanas
6	Definir estrategias dentro del plan de trabajo en relación al horario de atención y los clientes se encuentren satisfechos	Propietario	S/ 1,500.00	Internet Computadora Celulares	4 semanas

Nota: Elaboración propia

12. Cronograma de Actividades

N°	Estrategias	Inicio	Termino	Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<ul style="list-style-type: none"> - Construir grupos de trabajo - Gestionar asertivamente un conflicto - Propiciar un ambiente creativo - Promover que todos se conozcan 	01-02-2022	31-05-2022				X				X				X				X
2	<ul style="list-style-type: none"> - Generar confianza entre jefes y trabajadores - Impulsar medidas saludables - Fomentar el respeto y la igualdad - Hacer que los trabajadores se sientan escuchados - Crear un ambiente adecuado - Realizar reuniones periódicas 	01-02-2022	31-05-2022	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

3	Realizar encuesta para recoger la opinión de los clientes y determinar si se encuentran satisfechos con la calidad y precio de los productos	01-02-2022	31-05-2022	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4	-Reconocer y celebrar con frecuencias los logros de los trabajadores -Mantener una constante retroalimentación con los trabajadores -Planificar presupuesto para motivar a los trabajadores	01-02-2022	31-05-2022	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

5	Definir estrategias dentro del plan de trabajo para conocer mejor y segmentar a los clientes.	01-02-2022	31-05-2022	x				x				x					x				
6	Definir estrategias dentro del plan de trabajo en relación al horario de atención y los clientes se encuentren satisfechos	01-02-2022	31-05-2022				x				x						x				x

Nota: Elaboración propia

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, F., & Neyra, W. (2018). *Gestión del talento humano y satisfacción laboral de los trabajadores del Banco Internacional del Perú -Interbank, red de tiendas Lima, zona 4.* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Educación, Lima.
- Albán, H. (2019). *Caracterización de la competitividad y satisfacción del cliente en las MyPe rubro librerías del distrito de Tambogrande - Piura, año 2017.* (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote - ULADECH.
- Arenal, C. (2018). *Técnicas de información y atención al cliente, consumidor, usuario.* UF0037
- Aguilar J. (2019). Servicio al cliente. Página Web.
- Aros, C. (2021). La jornada laboral. Recuperado de: <https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/article/view/>.
- Avilés y Cedeño (2018). Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante La Finquita. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador.
- Becerra, J., Serralde, J. Ramírez, A. y Acosta, E. (2022). Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente en un restaurante mexicano. *Revista Ciencia UAT*, 16 (2), 73-84. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-78582022000100073&script=sci_arttext
- Bradley, G., & Wang, W. (2022). Development and validation of a casino service quality scale: A holistic approach. *Tourism Management*, 88, 1-12. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104419>
- Canelo, C. (2019). Factores críticos de la calidad del servicio de limpieza municipal asociados al riesgo de recolección de residuos peligrosos. *Revista de investigación agroproducción sustentable* 3(1): 1-12. <http://revistas.untrm.edu.pe/index.php/INDESDOS/article/view/477>

- Cano, N (2019). *Propuesta de mejora del marketing mix como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector producción, rubro panaderías, de la urbanización Pando, distrito de San Miguel, 2018. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.*
- Cañas (2018). *Análisis de la implementación de un sistema de gestión de calidad bajo la Norma ISO 9001 versión 2015 en la empresa Totality Services S.A.S. Bogota.*
- Calle (2019). *Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la octava y novena etapa de la Urbanización Pando, del Distrito de San Miguel, Lima 2018. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH*
- Cárdenas, E. M. (2019). *La Gestión de la Calidad y su influencia en los Beneficios de las Mypes del Sector Servicio - Rubro Transporte de Pasajeros, del Distrito de Villa María del Triunfo, Lima 2018. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/11242>*
- Cárdenas, M.; Escobar, K. (2019). *Propuesta de formalización del enfoque de atención al cliente y contables para el Minimarket Joselito. (Tesis inédita de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/42528>*
- Cárdenas, J. y Yessid, R. (2019). *Formulación de acciones de mejora del servicio de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 y el modelo serviqual del banco comercial, sede Bogotá. (Tesis de maestría) Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá.*
- Causado, E., Charris, A. y Guerrero, E. (2019). *Mejora Continua del Servicio al Cliente Mediante ServQual y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta,*

- Colombia. *Revista Información Tecnológica*, 30 (2),73-84.
<https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v30n2/0718-0764-infotec-30-02-00073.pdf>
- Cotarma, L. y Ayquiya, H. (2021). *Atención al cliente y calidad de servicios de los trabajadores de Almandoz Corredores de Seguros de Lima, 2020 (Tesis para optar por el Título de Administradora de Empresas, Universidad César Vallejo). Archivo digital. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/75813>*
- Cortés, J. M. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Málaga, Spain: Editorial ICB. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/56053?page=26>.
- Chacón, J. & Rugel, S (2018). *Teorías, Modelo y Sistemas de la Gestión de Calidad*. Revista Espacios, Pag.14
- Carihuasari, D. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MyPes del sector comercial, rubro librería, distrito de Callería, año 2018*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote - ULADECH.
- Erazo (2019). *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro bodegas de Urbanización Los Titanes, Piura año 2019*. Para obtener el título de Licenciado en Administración. Piura – Perú. Universidad católica los Ángeles de Chimbote.
- Fresno, C. (2019). *Metodología de investigación: así de fácil*. El Cid Editor.
 Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/uladech/98278>
- Gaspar, L. (2020). *Propuesta de mejora en marketing digital como factor relevante para la sostenibilidad del emprendimiento en las mypes del sector comercio, rubro joyerías, del jirón Huallaga, cuadra 4 y 5 Lima 2019*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- García Rubiano, M. Vesga Rodríguez, J. J. y Gómez Rada, C. A. (2020). *Clima organizacional: teoría y práctica*. Bogotá, Universidad Católica de Colombia. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/197110?page=40>.

- Gómez (2018). *Caracterización de Capacitación y Atención al Cliente de las Mypes Rubro Librerías del centro de Piura, para optar el título profesional de Licenciado en Administración*. Universidad católica los Ángeles de Chimbote.
- Gestión. (2018). *¿Por qué es importante trabajar en equipo?* Página Web.
- Guzmán Ch, A. D. (2018). *Gestión de las Pymes del sector restaurantes ubicados en el Jr. Salaverry cuadras 1 – 5 del distrito de Callería, Ucayali 2018*. (Tesis de Pregrado). Universidad Privada de Pucallpa.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cualitativa, cuantitativa y mixta*. Ciudad de México: Mc Graw-Hill.
- Hernández, R., Baptista, P., & Fernández, C. (2017). *Metodología de la investigación (4a. ed.)*. McGraw-Hill Interamericana.
- <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Batista Lucio, P. (2020). *Metodología de la investigación*.
- Jiménez Rivera, I. (2018). *Caracterización de la competitividad y Merchandising en las MYPES comercial rubro joyerías de la galería “Los Portales” ciudad de Catacaos, Piura, año 2018*. (Tesis de pregrado) Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Leo, T. P. (2021). *¿Qué es el cuestionario en una investigación?* Recuperado de: <https://aleph.org.mx/que-es-el-cuestionario-en-una-investigacion-segun-autores>
- López, D. (2018). *Calidad del Servicio y la Satisfacción de los Clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*.
- Lorenzana, D. (2019). *Las pymes también son mayoría en Europa. Hasta el 99,8% de las empresas europeas son pequeñas empresas. Pymes y Autónomos*. Recuperado de <https://www.pymesyautonomos.com/vocacion-de-empresa/pymes-tambien-mayoria-europa-99-8-empresas-europeas-pequeñas-empresas>

- Marchan, C. (2019). *Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente de las Mype rubro restaurante en la Urbanización Santa Ana Piura, año 2017*. (tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura.
- Mateos de Pablo Blanco, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. España: IC Editorial.
- Maldonado, J. (2018). *Gestión de procesos*. <https://docplayer.es/146213115-Gestionde-procesos-jose-angel-maldonado.html>
- Melgarejo, R. (2020). *Gestión de calidad con el uso del merchandising visual y plan de mejora en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio rubro venta al por mayor y menor de productos textiles prendas de vestir en los mercados, Huaraz 2020*. Huaraz, Perú. (Tesis de pregrado) Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Montoya (2018). *Sistema de gestión de la calidad como factor de desarrollo organizacional en las Pymes del sector comercial de compra venta de cacao de la Ciudad de Milagro*. (Tesis) Bogotá.
- Noreña, D. (08 de 01 de 2019). Gestión. Blog.
- Nuño, P. (2018). *¿Qué son las normas ISO?*.
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>
- Luna, N (2018). *Qué es la norma 9001 versión 2015 y para qué sirve*. Web blog post.
- Ortiz, J. (2020). *Principios de atención del cliente que mejorarán tu servicio*.
Obtenido de Hubsopt.
- Palmar, G., Rafael, S., Valero, U. y Jhoan, M. (2022). Competencias y desempeño laboral de los gerentes en los institutos autónomos dependientes de la Alcaldía

del municipio Mara del estado Zulia¹. *Espacios Públicos*, 17 (39), 159-188.
<https://espaciospublicos.uaemex.mx/article/view/19442>

Pradana P, J. A., & García, A. J. (2018). *Criterios de calidad y gestión del agua potable. UNED- Uni.*

Pincay Y. y Parra C. (2020). *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. Artículo Científico. Vol. 6, pp. 1118-1142.*

Quispe (2019). *Propuesta de mejora en la gerencia estratégica para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro abarrotes, Caso: “Bodega Sueng”, Cañete – 2019. Para optar el Título profesional de Licenciada de Administración. Cañete – Perú. Universidad católica los Ángeles de Chimbote.*

Raffino, E. (2020). *¿Qué es la gestión de calidad?*

Riccio, M., Astudillo, B. y Vega, M. (2019). Análisis de percepción de calidad del servicio al cliente en una agencia de telecomunicaciones. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 6 (3),130-147.
<http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/compendium/article/view/771/685>

Rioja (2019). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro boticas, ubicado en la Av. Canto Grande cuadra 7-13, distrito de San Juan de Lurigancho, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2016. Para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas. Universidad católica los Ángeles de Chimbote.*

Rivera (2019). *La Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Greenandes Ecuador. Guayaquil - Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.*

- Rodríguez, K. (2021). *Caracterización de la gestión de calidad y liderazgo en las MYPE rubro restaurantes de la urbanización el Bosque Castilla Piura, año 2020* (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_2e8feffc36510948175b961298e951b5
- Salas, D. (2020). *La encuesta y el cuestionario*. Recuperado de: <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- Silva, I., Jiménez, W., Santamaría, E. y Villalba, R. (2019). Calidad en el servicio como herramienta de planificación en las empresas del sector terciario. *Revista de Ciencias Sociales*, 25 (2), 83-95. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7025994>
- Sánchez (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Acero Inox Perú S.A.C., Lima, Año 2019*. (Tesis de Pregrado). Universidad católica los Ángeles de Chimbote.
- Serna (2019). *Calidad del servicio y la fidelización de los clientes en el minimarket Rosita E.I.R.L. Callao. 2019*. (Tesis de Pregrado). Universidad católica los Ángeles de Chimbote.
- Soarez, M. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial, rubro minimarkets, distrito de Iquitos, año 2018*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/11818>
- Sunat (2018). *Micro y pequeña empresa- MYPE. ¿Qué es una Mype?* Lima 2018.
- Suárez, M. (2019). *Estrategias de servicios para mejorar la calidad en la atención al cliente de la asociación Playas Limpias de Punta Carnero, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Estatal Península de Santa Elena. Ecuador. Recuperado de

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4890/2/UPSE-TAE-2019-0069.pdf>

Torres, R. (2019) *Diseño de propuesta para mejorar la calidad del servicio al cliente en la Sanduchería y Pastelería “le croissant” del Cantón Samborondón. (Tesis*

Torres (2018). *El Nivel de Satisfacción del Cliente en el Restaurante el Kiokito, Tejupilco, México. Tejupilco - México: Universidad Autónoma del Estado de México.*

Turriate L.A. (2017). *Gestión de calidad con el uso de las tic's en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro librería del distrito de santa en el año 2016. (Tesis pregrado). Chimbote, Perú. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.*

Valenzuela, N., Buentello, C., Gómez, L. y Villareal, V. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista Geon*, 6(2), 18-24. <https://doi.org/10.22579/23463910.159>

Villacorta, H. (2019). *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización Los Jardines, Trujillo 2018. (tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo.*

Ysla (2019). *La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE's del sector servicio-rubro lavandería de ropa, Urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, Lima período 2018. (tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo.*

Anexos

Anexo 1: Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
		AÑO 2020				AÑO 2021								AÑO 2022			
		SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE II			
		MES				MES				MES				MES			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto																
2	Revisión del Proyecto por el Jurado de Investigación	X	X														
3	Avance del Análisis de resultados			X													
4	Redacción de las conclusiones y recomendaciones				X												
5	Programación de la segunda tutoría grupal /continua la redacción de las conclusiones y recomendaciones.					X											
6	Mejora de los resultados, análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones						X										
7	Resumen, abstract, introducción y metodología							X									
8	Análisis e Interpretación de los resultados.								X								
9	Programación de la tercera tutoría grupal/ calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen – abstract.									X							
10	Levantar las observaciones de acuerdo a las indicaciones del DT en relación páginas preliminares, introducción, resumen y abstract y revisión de la literatura.										X						
11	Calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen – Abstract.											X					
12	Calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción, resumen – abstract y metodología.											X					
13	Calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen – abstract y metodología.												X	X			
14	El DT califica las propuestas de proyecto de investigación con el levantamiento de observaciones, y brinda orientaciones para el desarrollo de las actividades y/o dudas del estudiante a través del espacio de comunicación asíncrona.														X		
15	Presenta el documento mejorado que contiene los elementos: introducción, resumen y abstract, resultados, metodología, conclusiones y recomendaciones, asegurando el 15% de similitud a través del Turnitin.															X	
16	Publicación de promedios finales.																X

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto Desembolsables (Estudiantes)			
Categoría	Base	% ó Numero	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	20.00	3	65.00
• Fotocopias	10.00	7	70.00
• Empastado	25.00	3	75.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	20.00	3	60.00
• Lapiceros	2.00	1	2.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			272.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	5.00	10	50.00
Sub total			50.00
Total, de presupuesto desembolsable			372.00
Presupuesto No Desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Numero	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital)	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)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total, de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			37,852

Anexo 3: Consentimiento Informado

Solicitud de permiso a la MyPe para el recojo de los datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE

ADMINISTRACIÓN Carta s/nº - 2020-ULADECH CATÓLICA

Sr(a).

Edith Jessica Tunqui Paucar
Gerente general de la empresa “Librería
Bazar Jessica”
Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, Villarreal Tirado, Graciela Maritza con código de matrícula N° 5011171013, de la Carrera Profesional de Administración, ciclo VIII, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado **PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO LIBRERÍA, CASO LIBRERÍA BAZAR JESSICA, LIMA, 2020**”. Durante los meses de Setiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre, del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución.

En espera de su amable atención,

quedo de usted. Atentamente,

Graciela Maritza Villarreal Tirado
COD. 5011171013

Edith Jessica Tunqui Paucar
DNI 43255129

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de la Atención al Cliente para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Librería, caso Librería Bazar Jessica, Lima 2020 y es dirigido por Graciela Maritza Villarreal Tirado, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Establecer propuestas de mejora de la Atención al Cliente para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Librería, caso Librería Bazar Jessica, Lima 2020

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará __10__ minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios de comunicación de la Universidad. Si desea, también podrá escribir al correo 5011171013@uladech.edu para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

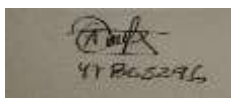
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Cindy Aida Quispe Huamani

Fecha: 27-10.2021

Correo electrónico: cindy11_2006@hotmail.com

Firma del participante:



INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ENCUESTA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

El propósito de este cuestionario detallado a continuación tiene por finalidad recopilar información del sector y rubro señalado, lo cual será un elemento esencial para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO LIBRERÍA, CASO LIBRERÍA BAZAR JESSICA, LIMA, 2020.

Instrucciones: A continuación, deberá marcar con una (X) el recuadro que crea oportuno para establecer su respuesta, teniendo en cuenta lo siguiente:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

N°	Ítems	Alternativa				
V1: Atención al Cliente						
D1: Satisfacción						
14	Tiene conocimiento usted de las expectativas de los clientes	1	2	3	4	5
15	Toman en cuenta las sugerencias de los clientes para brindar mejor servicio	1	2	3	4	5
16	La calidad de los productos que ofrece garantiza la satisfacción al cliente	1	2	3	4	5
17	El servicio brindado satisface las necesidades de sus clientes	1	2	3	4	5

18	Visita frecuentemente la librería para la compra de sus libros y materiales	1	2	3	4	5
D2: Servicio de atención						
19	Cree usted que la atención al cliente es fundamental para que este regrese a su establecimiento	1	2	3	4	5
20	Considera Ud. que sus clientes recomiendan sus productos y servicios con sus productos y servicios con sus amigos y familiares	1	2	3	4	5
21	Cree usted que la Implementación de estrategias de fidelización contribuiría a mejorar su empresa	1	2	3	4	5
22	La librería establece la garantía de brindar un servicio de calidad	1	2	3	4	5
23	Considera que el horario de atención de la librería es el adecuado	1	2	3	4	5
24	Cree usted que el cliente recomienda el servicio de la librería a familiares y amigos	1	2	3	4	5
25	Cree usted que al cliente le resulta fácil el pago a través de un aplicativo móvil	1	2	3	4	5



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ENCUESTA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

El propósito de este cuestionario detallado a continuación tiene por finalidad recopilar información del sector y rubro señalado, lo cual será un elemento esencial para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO LIBRERÍA, CASO LIBRERÍA BAZAR JESSICA, LIMA, 2020.

Instrucciones: A continuación, deberá marcar con una (X) el recuadro que crea oportuno para establecer su respuesta, teniendo en cuenta lo siguiente:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

N°	Ítems	Alternativa				
V2: Gestión de Calidad						
D1: Enfoque al Cliente						
01	Cree usted que el personal de la librería se encuentra conforme con el ambiente de trabajo	1	2	3	4	5
02	Cree usted que los materiales incorporados en su empresa son los adecuados	1	2	3	4	5
03	Cree usted que ante los problemas que se han presentado en su empresa ha encontrado la solución más apropiada	1	2	3	4	5
04	Planifica establecer mejoras a su empresa a largo plazo	1	2	3	4	5
05	Considera que los productos que comercializa son de buena calidad	1	2	3	4	5

06	Cree usted que el personal de la librería atiende con amabilidad y eficiencia	1	2	3	4	5
07	Cree usted que el ambiente del local se encuentra limpio y ordenado	1	2	3	4	5
08	Se encuentra conforme con la relación calidad/precio de los productos de la librería	1	2	3	4	5
09	Cree usted que la librería está bien ambientada con buena presentación	1	2	3	4	5
10	Incluye sorteos o promociones en la librería	1	2	3	4	5
D2: Liderazgo						
11	Toma en cuenta las sugerencias de su personal para un mejor servicio	1	2	3	4	5
12	Aplica la autoevaluación para detectar sus avances y errores	1	2	3	4	5
13	Su personal conoce los objetivos de la atención al cliente y está orientado al logro de estos	1	2	3	4	5

Anexo 5: Validación del instrumento de recolección de datos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Carmen Rosa Zenozain Cordero

1.2. Grado Académico: Doctora en Administración

1.3. Profesión: Administradora

1.4. Institución donde labora: Uladech Católica

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Graciela Maritza Villarreal Tirado

1.8. Carrera: Administración de Empresas

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

VARIABLE: GESTION DE LA CALIDAD

Nº de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Enfoque al cliente							
1	✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		
6	✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Liderazgo							
11	✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		
13	✓		✓		✓		

Ítems correspondientes al Instrumento 2

VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE

Nº de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Satisfacción							
14	✓		✓		✓		
15	✓		✓		✓		
16	✓		✓		✓		
17	✓		✓		✓		
18	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Servicio de atención							
19	✓		✓		✓		
20	✓		✓		✓		
21	✓		✓		✓		
22	✓		✓		✓		
23	✓		✓		✓		
24	✓		✓		✓		
25	✓		✓		✓		

Otras observaciones generales: APROBADO


 Carmen Rosa Zúñiga Cordero
 Dra. En Administración
 DNI Nº 09536732
 Teléfono: 999169642

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

1. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del informante (Experto): Espinosa Otoyá Víctor Hugo
- 1.2 Grado Académico: Magister
- 1.3 Profesión: Licenciado en Administración de Empresas
- 1.4 Institución donde labora: Instituto Superior Tecnológico Público “Argentina”
- 1.5 Cargo que desempeña: Docente
- 1.6 Denominación del Instrumento: Cuestionario
- 1.7 Autor de Instrumento: Villarreal Tirado Graciela Maritza
- 1.8 Carrera: Administración

2. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

Variable: **ATENCIÓN AL CLIENTE**

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de Criterio		Observaciones
	SI	NO	Si	NO	SI	NO	
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
Dimensión 1: Satisfacción							
14	x		x		x		
15	x		x		x		
16	x		x		x		
17	x		x		x		
18	x		x		x		
Dimensión 2: Servicio de Atención							
19	x		x		x		
20	x		x		x		
21	x		x		x		
22	x		x		x		
23	x		x		x		
24	x		x		x		
25	x		x		x		

Ítems correspondientes al instrumento 2

Variable: **GESTIÓN DE LA CALIDAD**

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de Criterio		Observaciones
	SI	NO	Si	NO	SI	NO	
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
Dimensión 1: Enfoque al cliente							
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
4	x		x		x		
5	x		x		x		
6	x		x		x		
7	x		x		x		
8	x		x		x		
9	x		x		x		
10	x		x		x		
Dimensión 2: Liderazgo							
11	x		x		x		
12	x		x		x		
13	x		x		x		

Otras Observaciones Generales: APROBADO



Mg. Adm. VICTOR HUGO ESPINOSA OCHOA
 CLAD N° 0688
 ASESOR EMPRESARIAL

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

1. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del informante (Experto): Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna
- 1.2 Grado Académico: Magister en Administración de Negocios
- 1.3 Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4 Institución donde labora: ULADECH
- 1.5 Cargo que desempeña: Docente
- 1.6 Denominación del Instrumento: Instrumento para medir Gestión de calidad y atención al cliente.
- 1.7 Autor de Instrumento: Villarreal Tira do, Graciela Maritza
- 1.8 Carrera: Administración

2. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

Variable: **ATENCIÓN AL CLIENTE**

N° de Item	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de Criterio		Observaciones
	SI	NO	Si	NO	SI	NO	
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
Dimensión 1: Satisfacción							
14	x		x		x		
15	x		x		x		
16	x		x		x		
17	x		x		x		
18	x		x		x		
Dimensión 2: Servicio de Atención							
19	x		x		x		
20	x		x		x		
21	x		x		x		
22	x		x		x		
23	x		x		x		
24	x		x		x		
25	x		x		x		

Items correspondiente al instrumento 2

Variable: **GESTION DE LA CALIDAD**

N° de Item	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de Criterio		Observaciones
	SI	NO	Si	NO	SI	NO	
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
Dimensión 1: Enfoque al cliente							
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
4	x		x		x		
5	x		x		x		
6	x		x		x		
7	x		x		x		
8	x		x		x		
9	x		x		x		
10	x		x		x		
Dimensión 2: Liderazgo							
11	x		x		x		
12	x		x		x		
13	x		x		x		

Otras Observaciones Generales: El Instrumento es Aplicable.


 Lizbeth Ralli Magipo.
 Magister en Administración de Negocios

CLAD REGUC: 05499

Anexo 6: Prueba de confiabilidad del instrumento (Alfa de Cronbach)

Coefficiente de Alfa de Cronbach

Encuestados	ITEMS																									SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
E1	1	1	4	5	5	4	4	1	4	1	4	1	1	4	1	1	4	1	4	4	1	4	1	4	4	69
E2	4	2	4	5	5	5	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	92
E3	4	2	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	101
E4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	103
E5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	107
E6	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	116
E7	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	119
E8	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	122
E9	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	123
E10	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	123
VARIANZA	1.41	2.4	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	2.4	0.2	2.29	0.2	1.4	1.4	0.2	1.4	1.4	0.2	2.3	0.2	0.2	1.2	0.3	1.4	0.3	0.3	1075
SUMATORIA DE VARIANZAS	21.85																									
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ITEMS	268.05																									

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Coefficiente de confiabilidad del cuestionario	0.957
Numero de ítems del instrumento	25
Sumatoria de las varianzas de los ítems	21.85
Varianza total del instrumento	268.05

Interpretación. - El resultado de 0.957 significa que el instrumento de recolección de datos es de excelente confiabilidad

Anexo 7. Hoja de tabulación

Características de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.

Pregunta	Respuesta	Tabulacion	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Expectativa de los clientes respecto al servicio brindado	Totalmente en desacuerdo	I	1	10.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	III	3	30.00
	Totalmente de acuerdo	IIII	6	60.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Sugerencias de los clientes para brindar buen servicio	Totalmente en desacuerdo	I	1	10.00
	En desacuerdo	II	2	20.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	-	0	0.00
	Totalmente de acuerdo	IIII	7	70.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Calidad de los productos garantiza la satisfacción al cliente	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIII	7	70.00
	Totalmente de acuerdo	III	3	30.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00

Continua...

Características de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.

Pregunta	Respuesta	Tabulacion	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Servicio brindado satisface las necesidades de los clientes	Totalmente en desacuerdo	I	1	10.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIII	4	40.00
	Totalmente de acuerdo	IIIII	5	50.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Visita frecuentemente la librería para compra de libros y materiales	Totalmente en desacuerdo	I	1	10.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIIII	6	60.00
	Totalmente de acuerdo	III	3	30.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
La atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	III	3	30.00
	Totalmente de acuerdo	IIIII	7	70.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00

Continua...

Características de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.

Pregunta	Respuesta	Tabulacion	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Recomendación de los productos con amigos y familiares	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIIIII	7	70.00
	Totalmente de acuerdo	III	3	30.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Implementando estrategias de fidelización contribuiría con la mejora de la empresa	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	I	1	10.00
	Totalmente de acuerdo	IIIIIIII	9	90.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Establece la garantía de brindar servicio de calidad	Totalmente en desacuerdo	II	2	20.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	III	3	30.00
	Totalmente de acuerdo	IIII	5	50.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00

Continua.....

Características de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.

Concluye.....

Pregunta	Respuesta	Tabulacion	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Horario de atención es el adecuado	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIIIIIII	8	80.00
	Totalmente de acuerdo	II	2	20.00
	Total	IIIIIIIII	10	100.00
El cliente recomienda el servicio a familiares y amigos	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIII	5	50.00
	Totalmente de acuerdo	IIII	5	50.00
	Total	IIIIIIIII	10	100.00
Al cliente le resulta fácil el pago a través de un aplicativo móvil	Totalmente en desacuerdo	I	1	10.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	III	3	30.00
	Totalmente de acuerdo	IIII	6	60.00
	Total	IIIIIIIII	10	100.00

Características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020

Pregunta	Respuesta	Tabulacion	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Personal de la librería esta conforme con el ambiente de trabajo	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIIIII	7	70.00
	Totalmente de acuerdo	III	3	30.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Materiales incorporados son los adecuados	Totalmente en desacuerdo	II	2	20.00
	En desacuerdo	-		0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-		0.00
	De acuerdo	II	2	20.00
	Totalmente de acuerdo	IIIIII	6	60.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Ante los problemas se encuentra la solución apropiada	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIIIII	7	70.00
	Totalmente de acuerdo	III	3	30.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00

Continua.....

Características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020

Pregunta	Respuesta	Tabulacion	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Establecer mejoras a la empresa a largo plazo	Totalmente en desacuerdo	I	1	10.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIII	4	40.00
	Totalmente de acuerdo	IIIII	5	50.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Productos que se comercializa de buena calidad	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIII	4	40.00
	Totalmente de acuerdo	IIIII	6	60.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Personal atiende con amabilidad y eficiencia	Totalmente en desacuerdo	I	1	10.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIII	4	40.00
	Totalmente de acuerdo	IIIII	5	50.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00

Continúa...

Características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020

Pregunta	Respuesta	Tabulacion	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Ambiente del local se encuentra limpio y ordenado	Totalmente en desacuerdo	I	1	10.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIII	4	40.00
	Totalmente de acuerdo	IIII	5	50.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Conforme con la relacion calidad/precio de los productos	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIIIII	6	60.00
	Totalmente de acuerdo	IIII	4	40.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Local ambientado con buena presentacion	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIIIII	6	60.00
	Totalmente de acuerdo	IIII	4	40.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00

Continúa...

Características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020

Pregunta	Respuesta	Tabulacion	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Incluye sorteos o promociones en la librería	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIII	5	50.00
	Totalmente de acuerdo	IIII	5	50.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Toma en cuenta sugerencias del personal	Totalmente en desacuerdo	II	2	20.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIII	5	50.00
	Totalmente de acuerdo	III	3	30.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Autoevaluación para detectar avances y errores	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	III	3	30.00
	Totalmente de acuerdo	IIIIII	7	70.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00

Continua....

Características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020

Concluye....

Pregunta	Respuesta	Tabulacion	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
El personal conoce los objetivos de la atención al cliente y está orientado al logro	Totalmente en desacuerdo	-	0	0.00
	En desacuerdo	-	0	0.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	-	0	0.00
	De acuerdo	IIII	5	50.00
	Totalmente de acuerdo	IIII	5	50.00
	Total		IIIIIIII	10

Nota: Elaboración propia

Anexo 8. Figuras

Características de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.

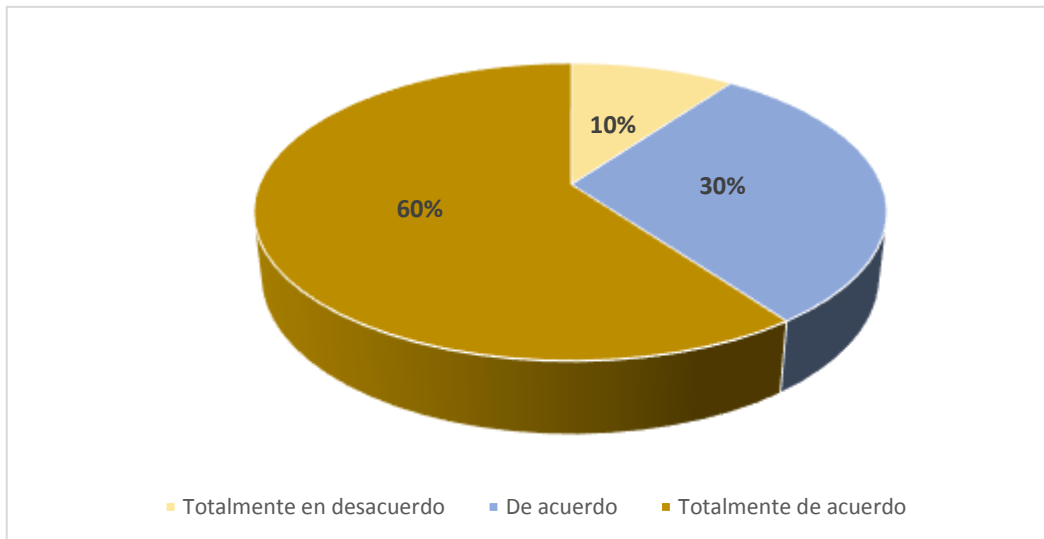


Figura 1. Expectativa de los clientes respecto al servicio brindado

Fuente. Tabla 1

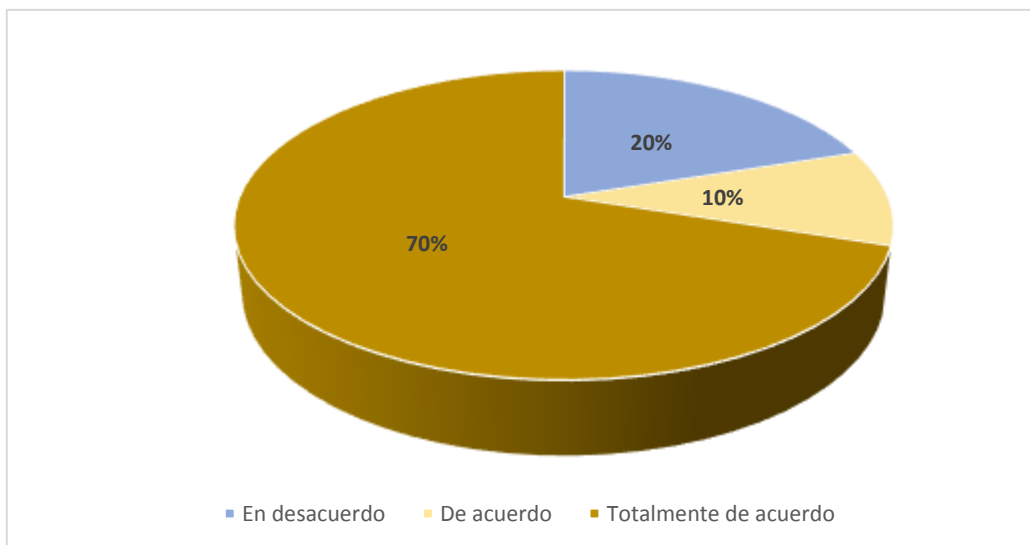


Figura 2. Sugerencia de los clientes para brindar buen servicio

Fuente. Tabla 1

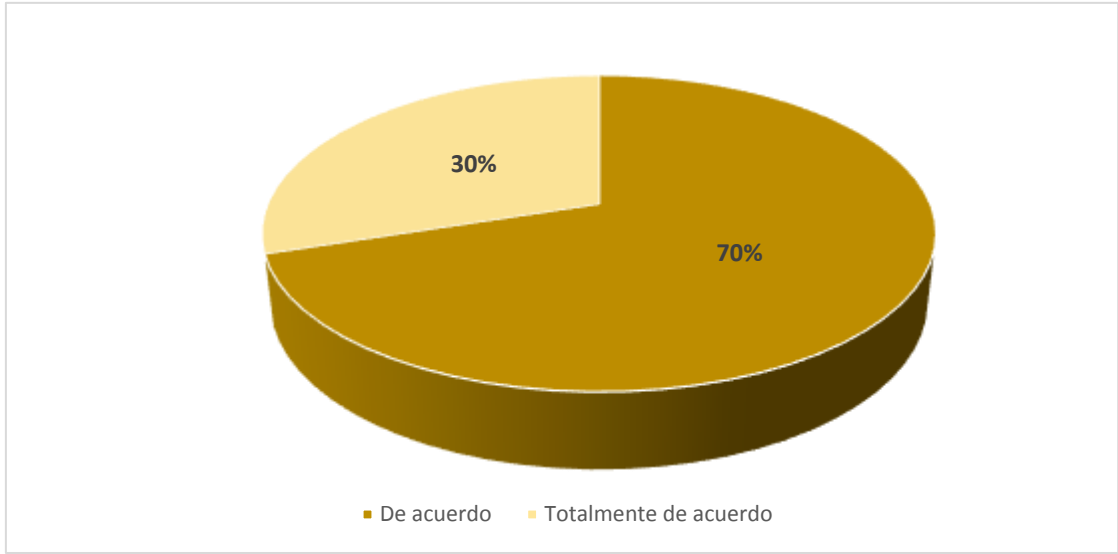


Figura 3. Calidad de los productos garantiza la satisfacción al cliente

Fuente. Tabla 1

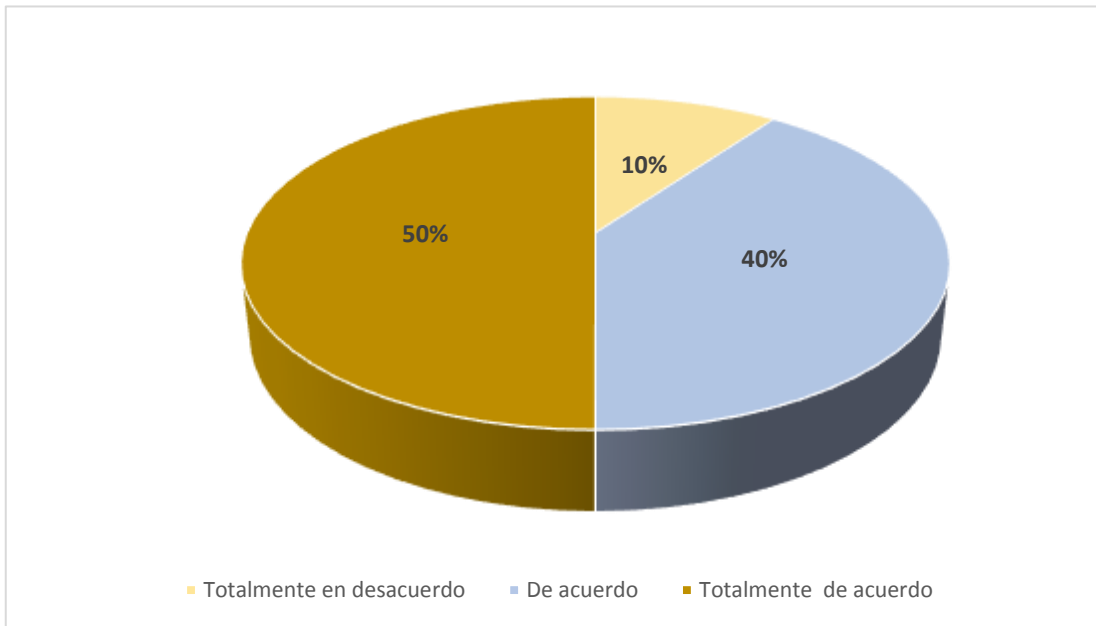


Figura 4. Servicio brindado satisface las necesidades de los clientes

Fuente. Tabla 1

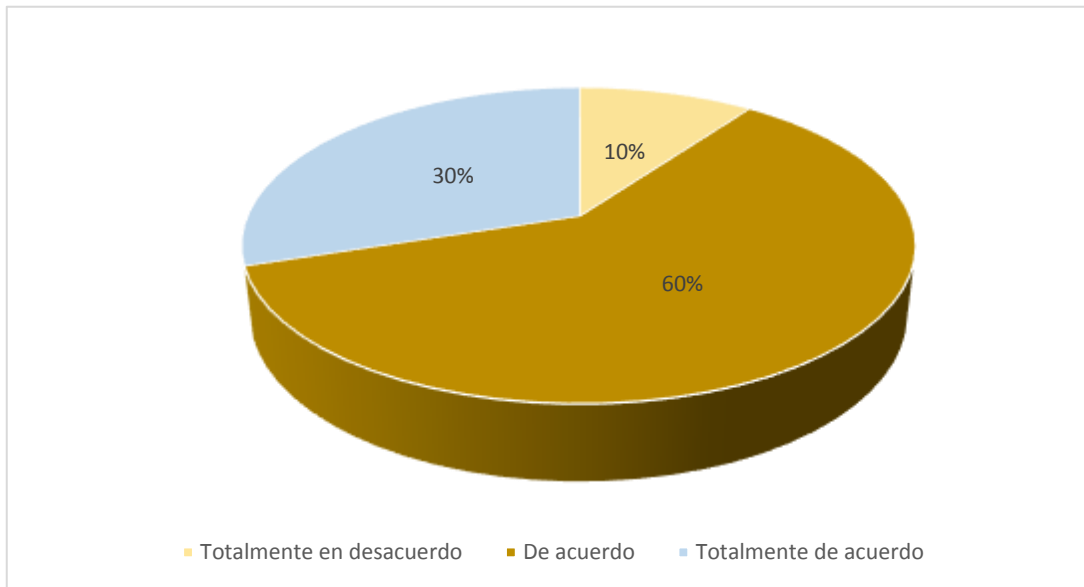


Figura 1. Visita frecuentemente la librería para compra de libros y materiales

Fuente. Tabla 1

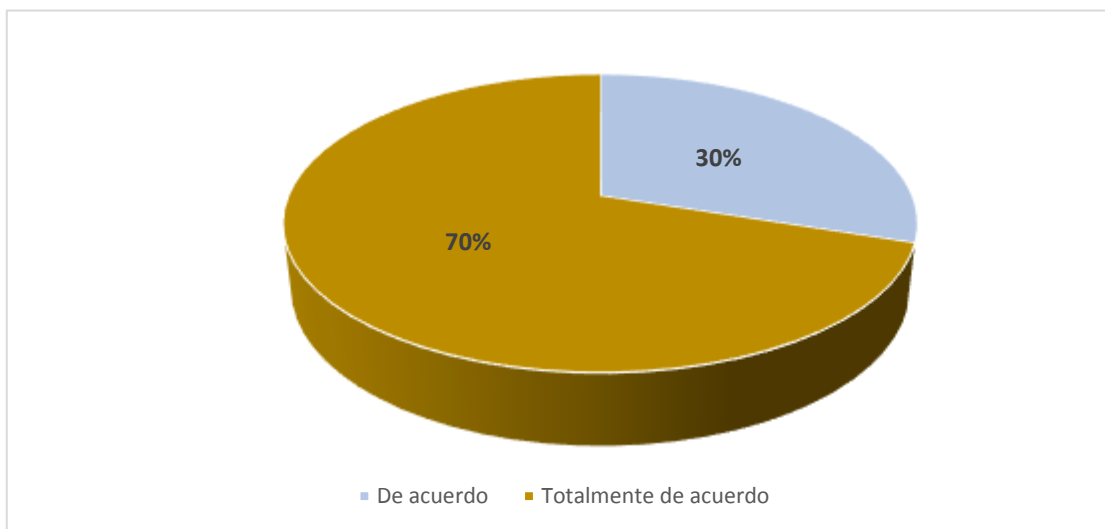


Figura 2. La atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento

Fuente. Tabla 1

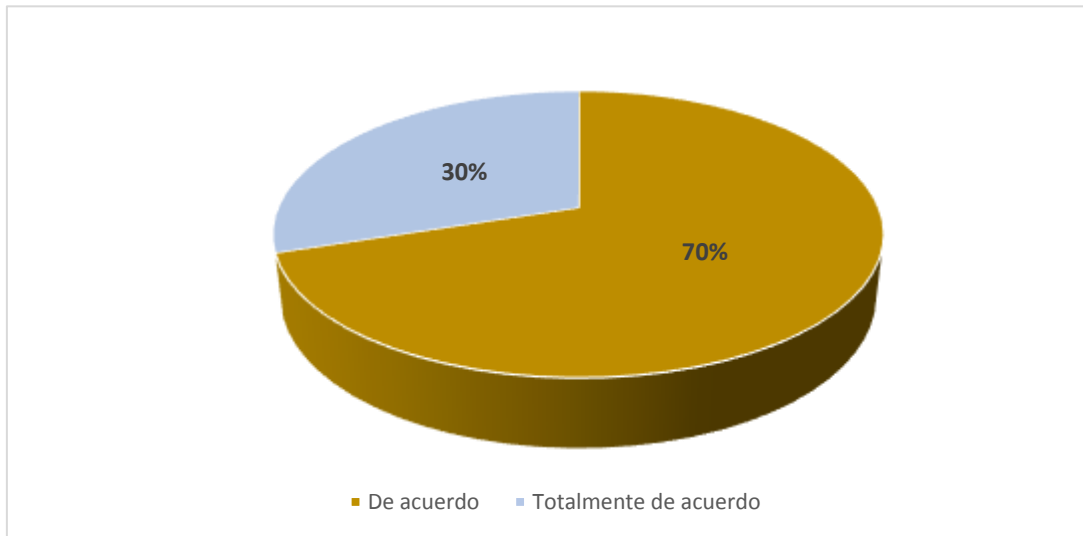


Figura 3. Recomendación de los productos con amigos y familiares

Fuente. Tabla 1

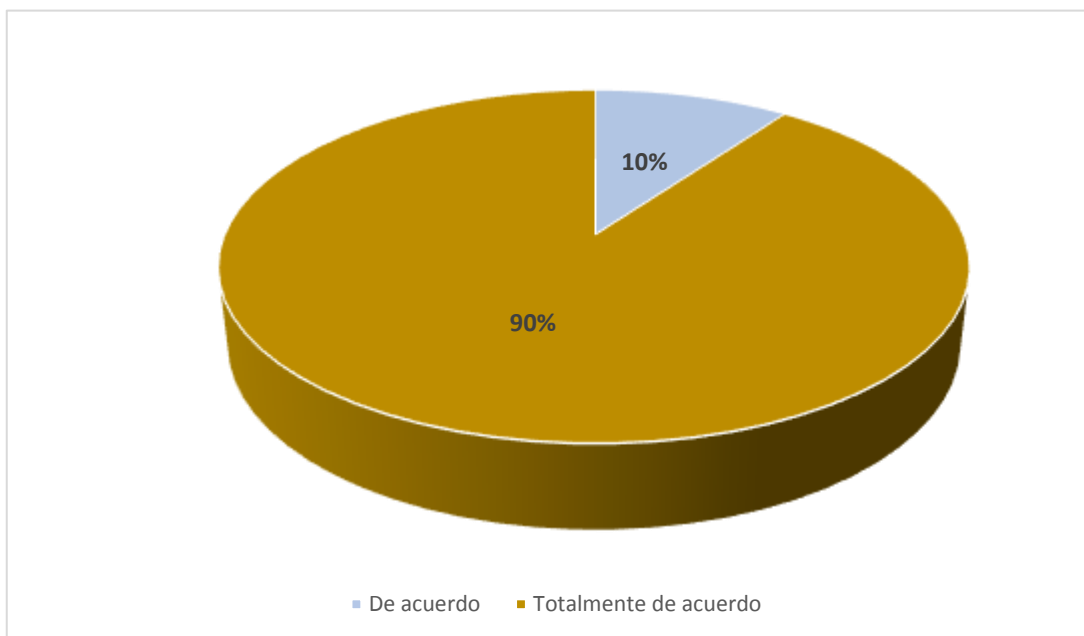


Figura 8. Implementando estrategias de fidelización contribuiría con la mejora de la empresa

Fuente. Tabla 1

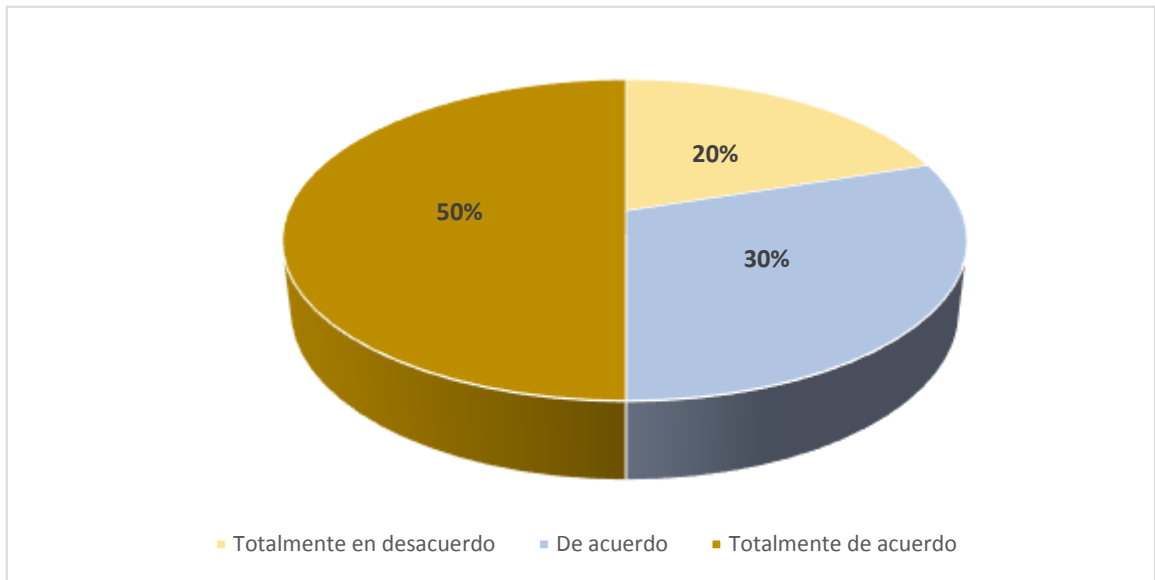


Figura 4. Establece la garantía de brindar servicio de calidad

Fuente. Tabla 1

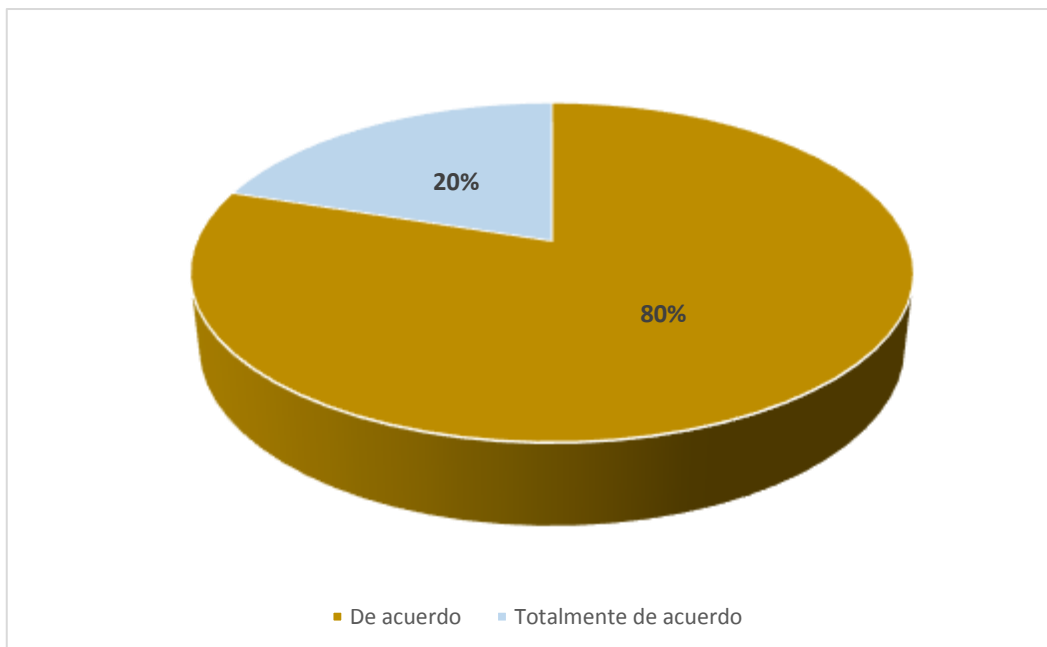


Figura 5. Horario de atención es el adecuado

Fuente. Tabla 1

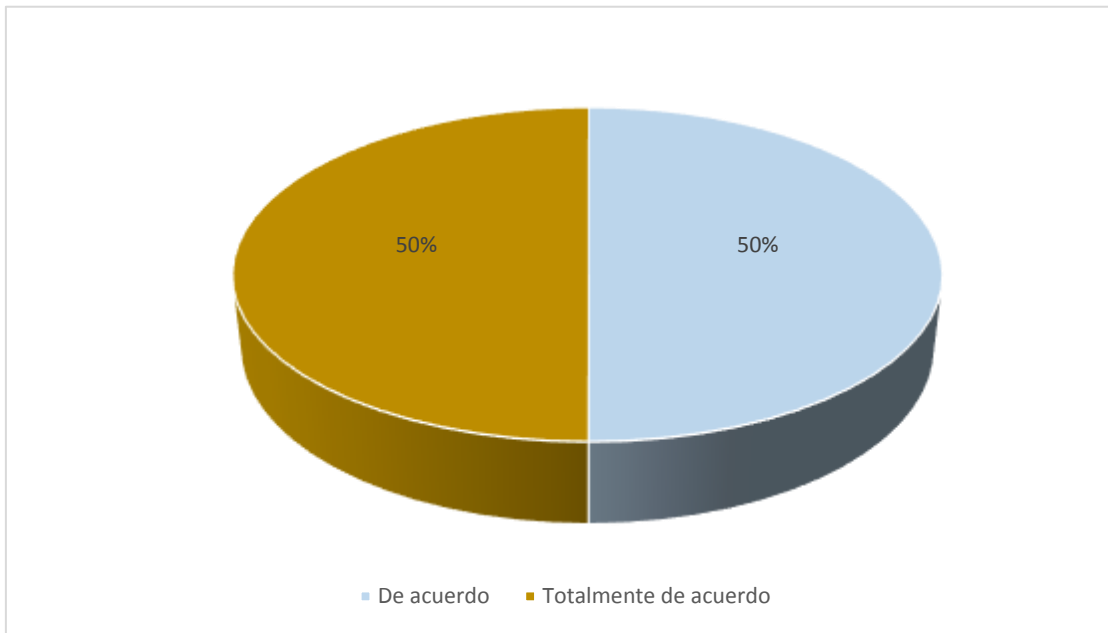


Figura 6. El cliente recomienda el servicio a familiares y amigos

Fuente. Tabla 1

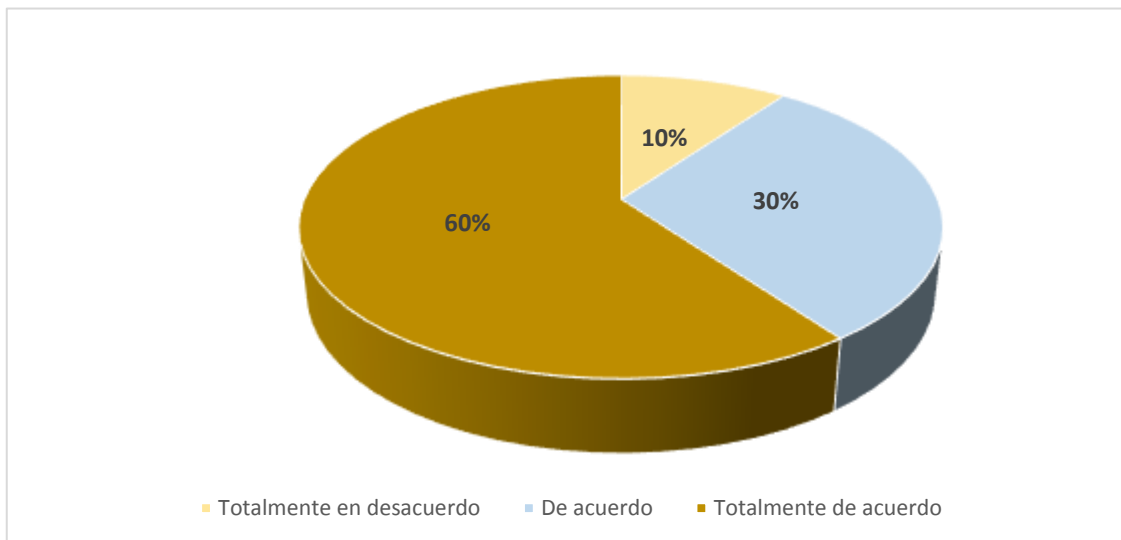


Figura 7. Al cliente le resulta fácil el pago a través de un aplicativo móvil

Fuente. Tabla 1

Características de la gestión de la calidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería, caso: Librería Bazar Jessica, Lima 2020.

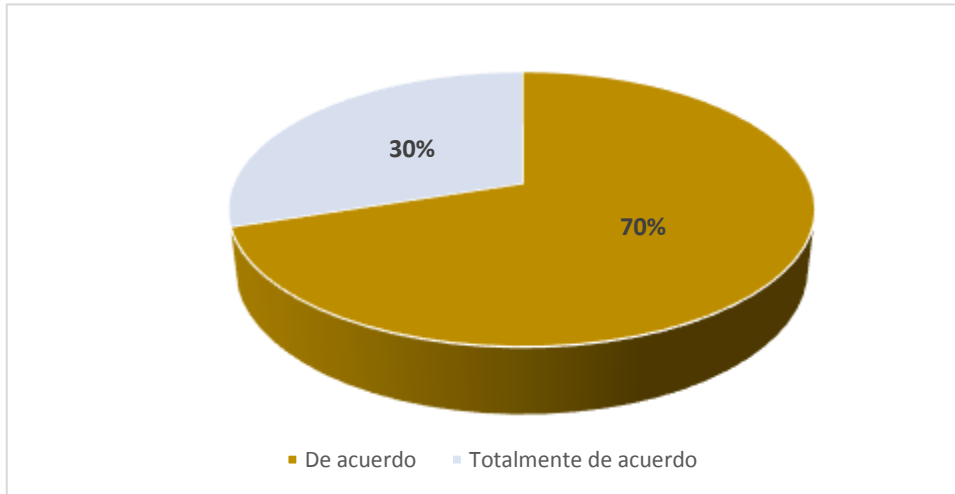


Figura 83. El personal de la librería está conforme con el ambiente de trabajo

Fuente. Tabla 2

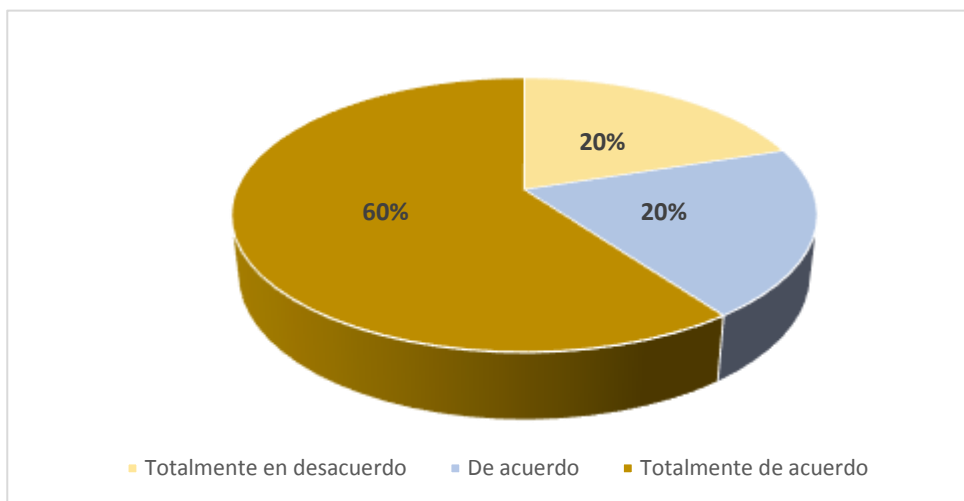


Figura 14. Materiales incorporados son los adecuados

Fuente. Tabla 2

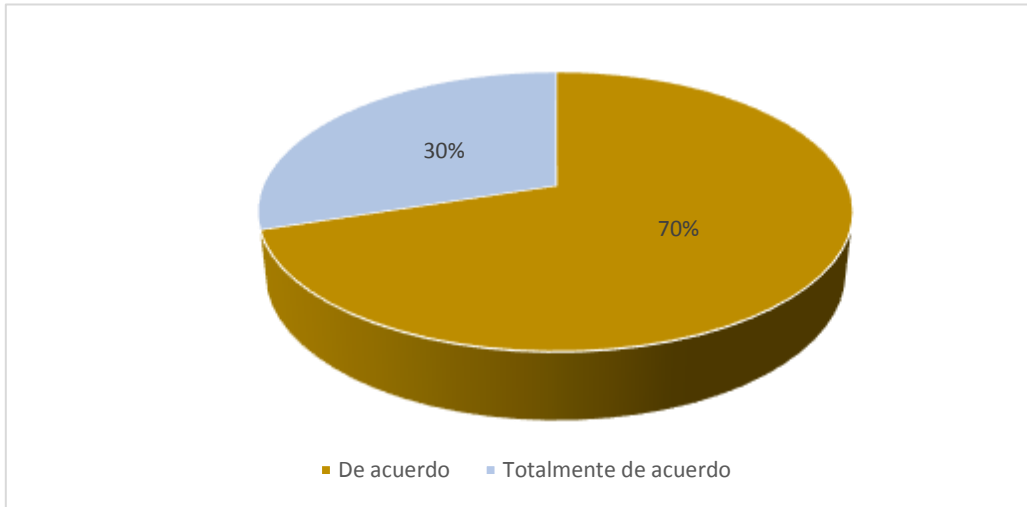


Figura 15. Ante los problemas se encontro la solución apropiada

Fuente. Tabla 2

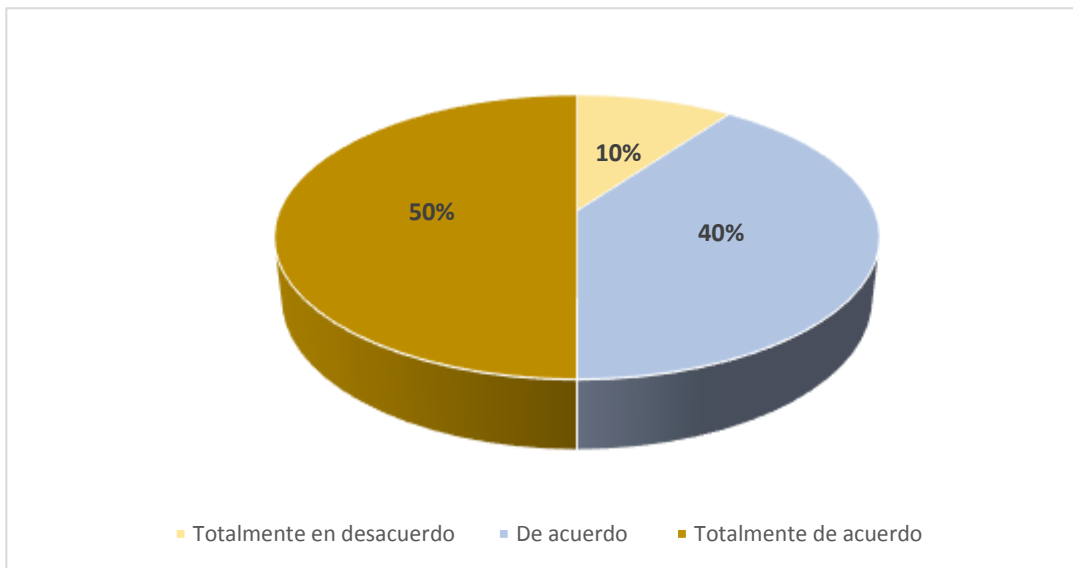


Figura 16. Establecer mejoras a la empresa a largo plazo

Fuente. Tabla 2

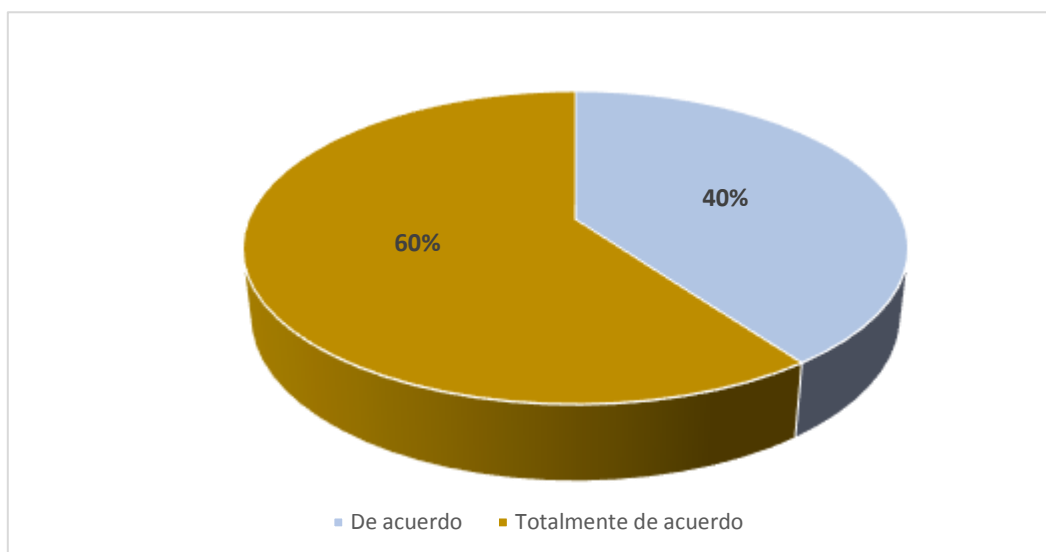


Figura 17. Productos que se comercializa de buena calidad

Fuente. Tabla 2

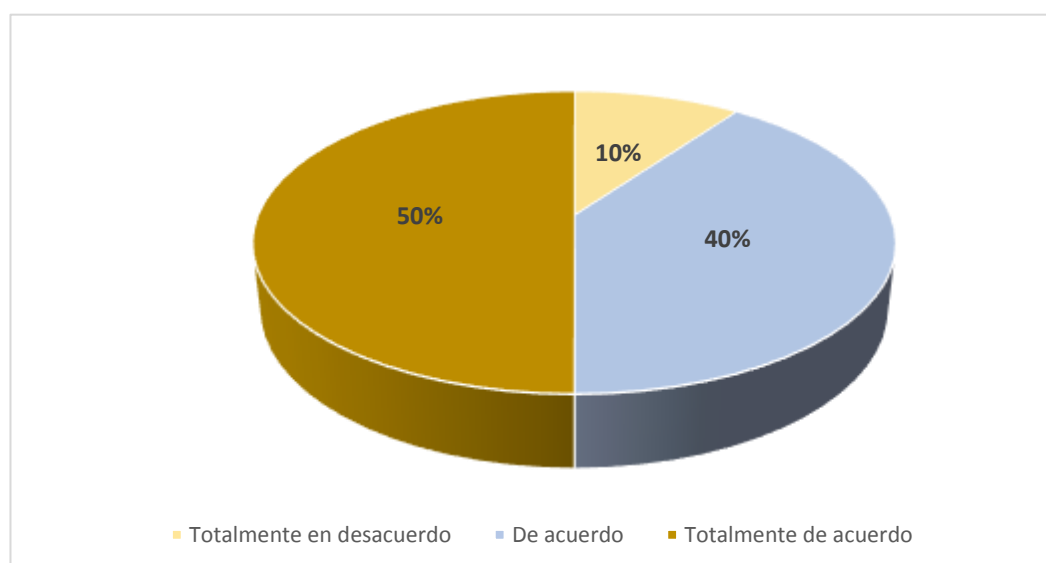


Figura 18. Personal atiende con amabilidad y eficiencia

Fuente. Tabla 2

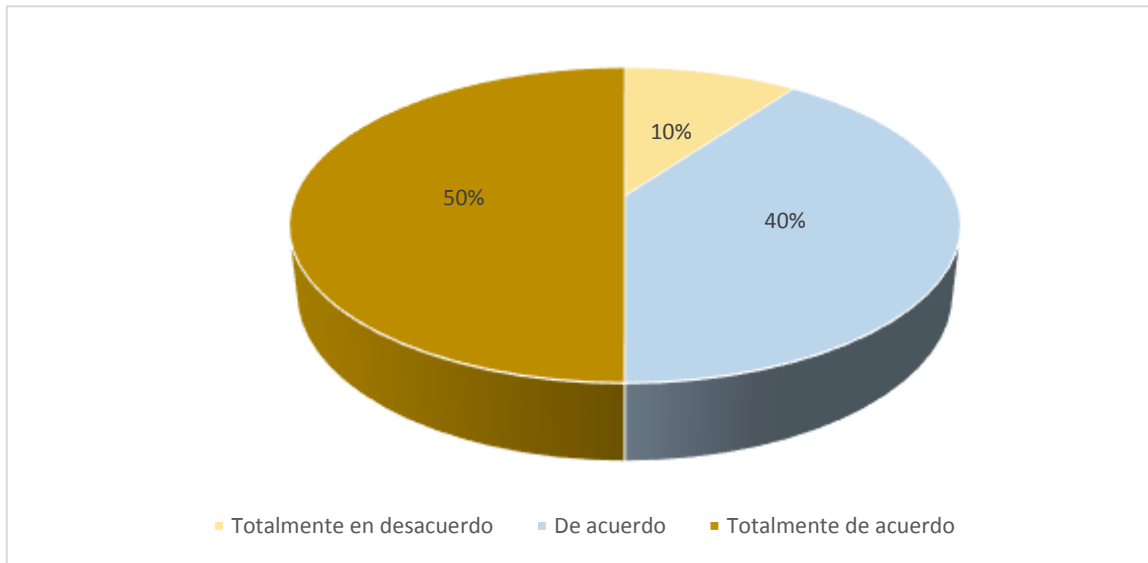


Figura 19. Ambiente del local se encuentra limpio y ordenado

Fuente. Tabla 2

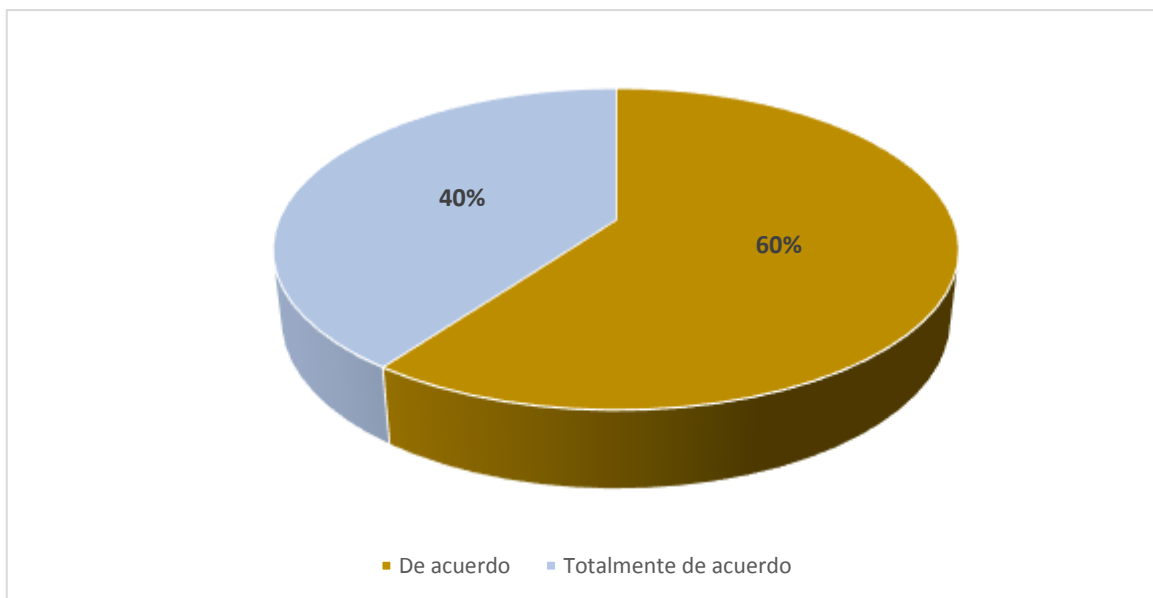


Figura 20. Conforme con la relación calidad / precio de los productos

Fuente. Tabla 2

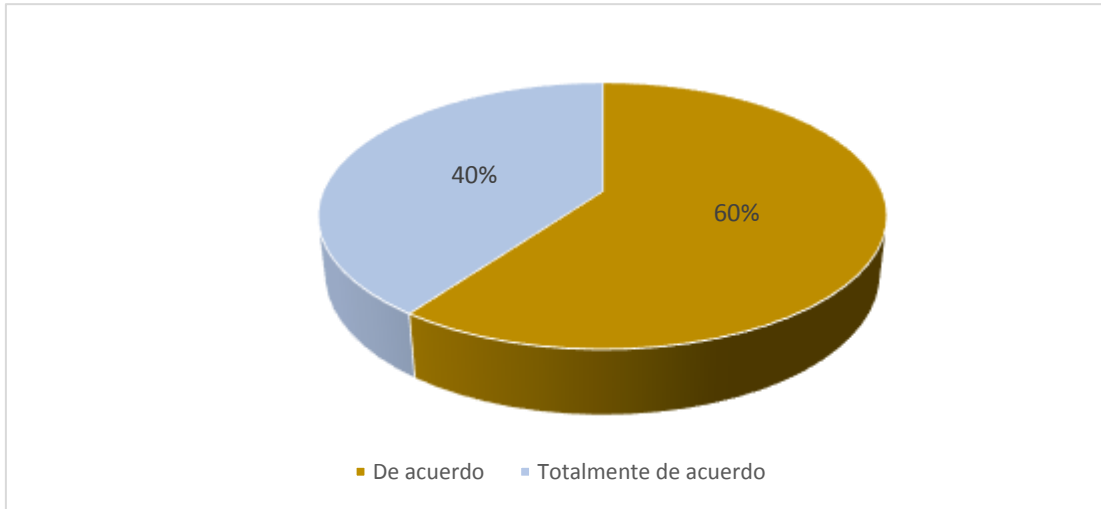


Figura 21. Local ambientado con buena presentación

Fuente. Tabla 2

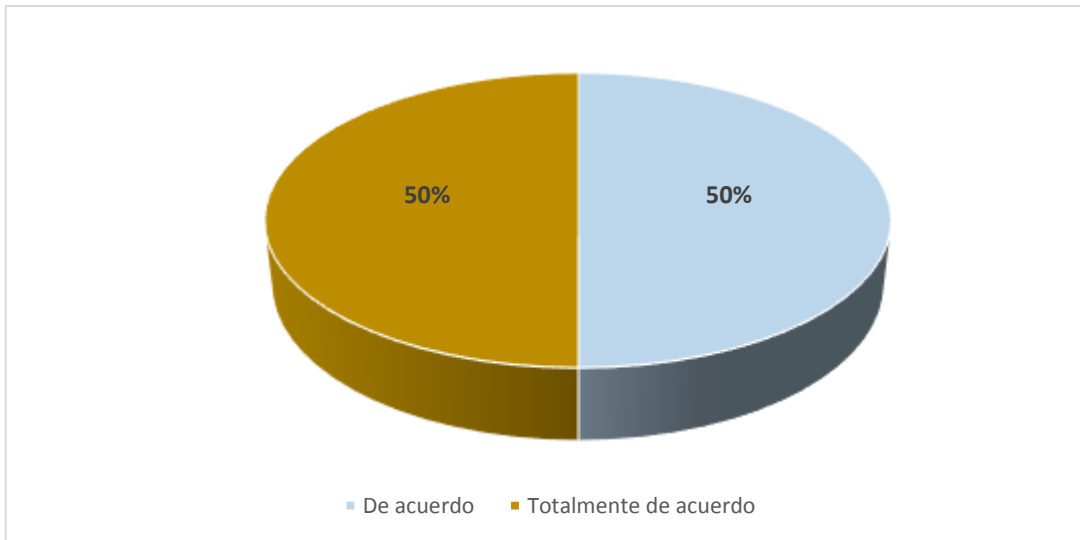


Figura 22. Incluye sorteos o promociones en la librería

Fuente. Tabla 2

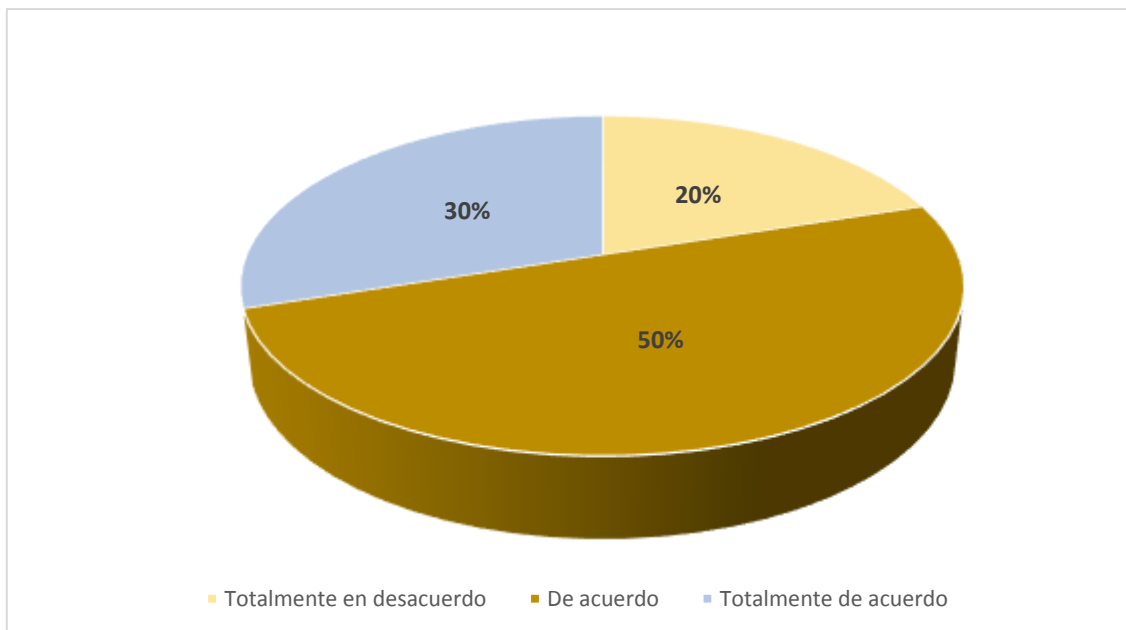


Figura 9. Toma en cuenta sugerencias del personal

Fuente. Tabla 2

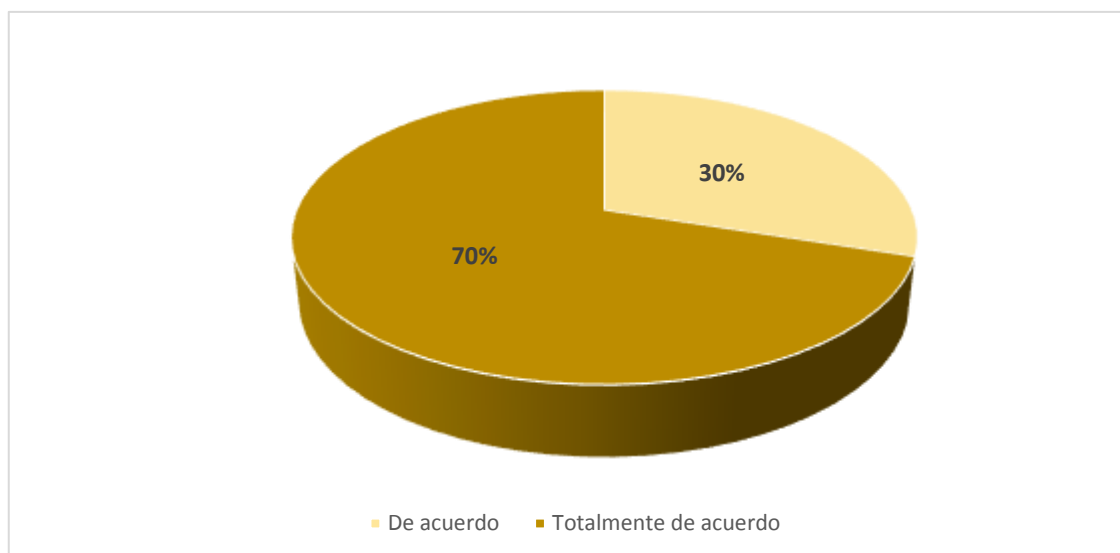


Figura 24. Autoevaluación para detectar avances y errores

Fuente. Tabla 2

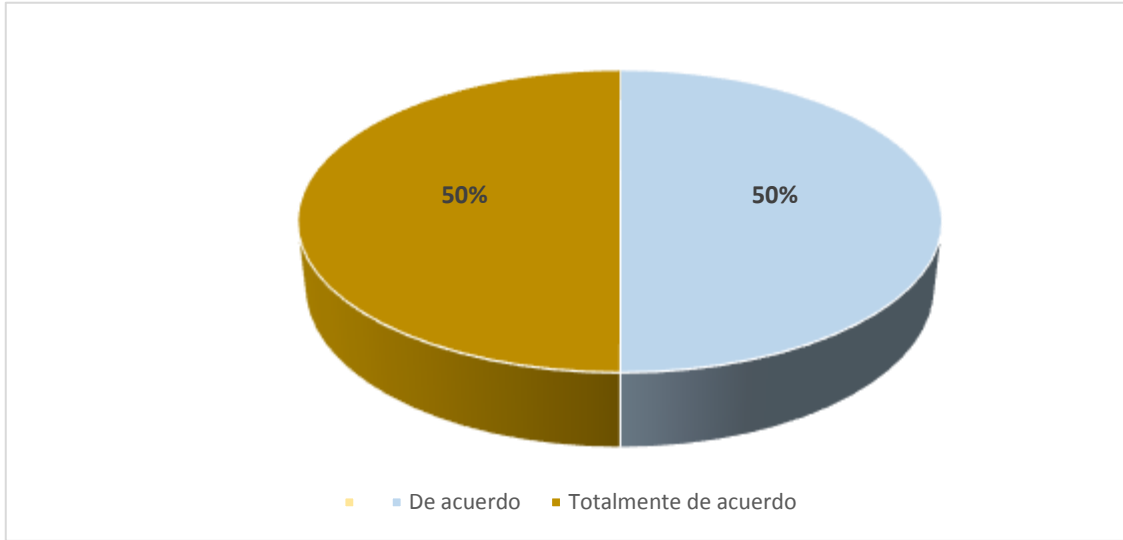


Figura 10. El personal conoce los objetivos de la atención al cliente y está orientado al logro

Fuente. Tabla 2

TALLER CURRICULAR

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

13%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo