



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y
PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA
DE EQUIPOS DE CÓMPUTO, CASCO URBANO DEL
DISTRITO DE CHIMBOTE, 2018

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

AUTOR

BASILIO BALTAZAR, SANTOSA MARIA
ORCID: 0000-0001-5870-4260

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE- PERÚ
2020**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Basilio Baltazar, Santosa Maria

ORCID: 0000-0001-5870-4260

Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Chimbote, Perú

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías,

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias
contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de
administración, Chimbote, Perú

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Solano Castillo, Marlon Juniors

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidenta

Solano Castillo, Marlon Juniors

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

AGRADECIMIENTO

Dios, tu amor y tu bondad no tiene fin, me permites sonreír ante todo mis logros que son resultados de tu ayuda, y cuando caigo y me pones a prueba, aprendo de mis errores y me doy cuenta de lo que pones en frente mío para que mejore como ser humano, y crezca de diversas maneras.

Gracias a mis padres por ser los principales motores de mis sueños, gracias a ellos por cada día confiar y creer en mí y en mis expectativas, gracias a mi madre por estar dispuesta a acompañarme cada larga y agotadora noche, y gracias a mi padre por siempre desear y anhelar siempre lo mejor para mí, gracias por cada consejo a mis padres y por cada una de sus palabras que me guiaron durante mi vida.

Agradecer también a mi docente tutor: Reinerio Zacarías Centurión Medina, por cada detalle y momento dedicado para aclarar cualquier tipo de duda que me surgiera, agradecerle por la caridad y exactitud con la que enseñó cada clase, discurso y lección, agradecerle también por haberme enseñado y por haberme permitido el desarrollo de este informe de investigación.

DEDICATORIA

Este informe de investigación para para optar mi grado de bachiller, va dedicado con todo mi amor, a los dos seres más maravillosos que la vida me pudo dar, Mis padres, a ustedes les debo todo lo que soy, les debo mi vida entera, sin ustedes no hubiera llegado hasta acá, y no hubiera logrado mi sueño.

Dedico también a mis abuelitos y a tíos, no tengo palabras para expresarme todo lo que hicieron por mí, quienes me motivaron salir adelante, a pesar de todo los obstáculos, con sus consejos, siempre estaban conmigo en todos los momentos de mi vida.

Dedicales también A las hermanas religiosas hermana Carmen, Socorro, Adriana quienes nunca me dejaron sola, desde niña siempre quisieron lo mejor para mí, agradecerles con todo mi corazón a mis familiares y a mis padres que nunca me dejaron sola.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. La investigación utilizó la siguiente metodología de diseño no experimental- transversal, descriptivo para el recojo de la información utilizó una población de 79 micro y pequeñas empresas así mismo la muestra, a quienes se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas, a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados. La mayoría de las MYPE encuestadas son masculinos, 92.41%, donde desempeñan su labor como administradores 74.68%, su grado de instrucción es superior universitario, 49.37%, además de tener 3 años desempeñando en la empresa 39.24%. La mayoría de las mype encuestadas el objetivo de creación es generar ganancia 93.67%, el número de trabajadores es de 1 a 5 49.37%, donde la mayoría son ajenos a la empresa no familiares. La investigación concluye que la mayoría de las mype encuestadas son de género masculino donde están cargo solo los administradores, sus grados son de súper universitario, demuestran que llevan más de 3 años laborando en el mercado estas empresas cuentan con menos de 5 trabajadores su objetivo es generar ganancias, la atención al cliente es muy importante esto lleva al éxito a la empresa en la venta de equipos de cómputo casco urbano Chimbote, 2018.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de calidad, Micro y pequeñas empresas

ABSTRACT

The present investigation had as a general objective: To determine the main characteristics of Quality Management in customer service in the micro and small companies of the commerce sector - sale of computer equipment urban center of the district of Chimbote, 2018. The research used the following methodology of a non-experimental, cross-sectional, descriptive design to collect the information used a population of 79 micro and small companies, as well as the sample, to which a questionnaire of 23 questions was applied, through the survey technique. Getting the following results. The majority of the MYPEs surveyed are male, 92.41%, where they work as administrators 74.68%, their degree of instruction is higher university, 49.37%, in addition to having 3 years working in the company 39.24%. The majority of the mype surveyed, the objective of creation is to generate profit 93.67%, the number of workers is 1 to 5 49.37%, where the majority are non-family members. The investigation concludes that the majority of the mype surveyed are male where only administrators are in charge, their degrees are super university, they show that they have been working in the market for more than 3 years, these companies have less than 5 workers their goal is generate profits, customer service is very important this leads to success to the company in the sale of computer equipment urban center Chimbote, 2018.

Key words: Customer service, Quality management, Micro and small businesses

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract.....	v
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	5
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 Variables e indicadores.....	38
4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	42
4.5 Plan de Análisis.....	43
4.6 Matriz de consistencia.....	44
4.7 Principios Éticos.....	46
V. RESULTADOS.....	48
5.1 Resultados.....	48
5.2 Análisis de resultados.....	54
VI CONCLUSIONES.....	69
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	73
ANEXOS.....	78

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

Tabla 1. Características de los Representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.....	48
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.....	49
Tabla 3. Características de la gestión de calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.....	50
Tabla 4. Plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018	53

Figuras

Figura 1. Edad.....	97
Figura 2. Género.....	97
Figura 3. Grado de instrucción.....	98
Figura 4. Cargo que desempeña.....	98
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	99
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa.....	99
Figura 7. Número de trabajadores.....	100
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa.....	100
Figura 9. Objetivo de creación.....	101
Figura 10. Conoce el termino Gestión de Calidad.....	101
Figura 11. Conocimiento de técnicas modernas.....	102
Figura 12. Dificultad del personal	102
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal.....	103
Figura 14 Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.....	103
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa.....	104
Figura 16. Conoce el término de atención al cliente.....	104
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.....	105
Figura 18. La atención al cliente es fundamental.....	105
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.....	106
Figura 20. Principales factores para la calidad de servicio.....	106
Figura 21. La atención que brinda a los clientes.....	107
Figura 22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente...	107
Figura 23. Resultados que obtuvo brindando una buena atención al cliente.....	108

I. INTRODUCCIÓN

Las Micro y pequeñas empresas son uno de los motores muy importantes para el crecimiento de la economía en el Perú, debido a que permitieron que las demandas internas se mantengan durante sus etapas cuando se presentó una crisis económica, una cualidad de las mypes es que tienden a generar empleo.

Existen múltiples factores que an dado origen a diferentes problemas que pasaron las Mypes, entre están, una buena atención al cliente, falta de capacitación, ausencia de planificación, estrategia y el no uso de las tecnologías de última generación, como las faltas de responsabilidades sociales, y ello no solo se da al nivel nacional , si no también internacionalmente.

Muchas de ellas desconocen de información que les permita utilizar estrategias y herramientas de una atención que se le da al cliente, adecuadamente; en el rubro de cómputo, estas mypes no cuentan con estrategias de buena atención al cliente, debido a exceso de rotación que existe en su personal.

En Brasil las micro y pequeñas empresas existen 14,8 millones y 4, millones formales, y así mismo hay 10,3 millones empresas que existen informales que representan un 28, millones de empleos y un 99,22% de las empresas en el país. Por otro lado tienen muchos problemas de brindar una buena atención al cliente a sus consumidores, así mismo desconocen la gestión de calidad. (Pérez, 2017)

En España las mype, representan más de 90% de las empresas, mencionan también que son las principales generadoras de empleo, el ministerio de industria cabe recalcar que en el mes de marzo del año 2014 más de 1.1 millones de las mypes, enfrentaron solo ,188 empresas, esto comprende que el análisis de estas unidades es muy clara y

específicamente su salida de los conflictos de las economías fueron a través de una excelente atención al cliente, al superar esta crisis, las mypes tuvieron una mayor rentabilidad y beneficios, con trabajadores bien capacitados para el alcance de los objetivos que se plantearon. (Galdón, 2014)

En Argentina, el 99,7% de las empresas que existieron 2015, fueron micro y pequeñas empresas, no obstante a pesar de que tuvieron un crecimiento en el año 2007 y 2015, su participación tuvo una caída, debido a que no brindaron una adecuada atención al cliente.

Ya en Perú, en el año 2016, la capacidad Cabrera, 2016 de las medianas y grandes empresas se redujo, y el 96,5% de las mypes, eran pequeñas empresas, no obstante un gran problema que se dio a conocer es que, el 80 % eran informales, pero brindaban puestos de trabajo aproximadamente a 8,13 millones de personas.

En Ancash, existían un gran número de mypes, ya que según INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática), el 88,5% de la población era activa para el departamento de trabajo en Mypes el 69% trabajaban en micro empresas, el 9,6% trabajan en pequeñas empresas, mientras que el 11% lo conformaron las medianas empresas. (Gomero, 2018)

Ya en Chimbote, existían muchos negocios que eran conocidos como micro y pequeña empresa, las cuales se dedican a la venta de equipos de cómputo, pero no se conocía que tipo de estrategias utilizaban para la atención a sus clientes o si contaban con un personal capacitado para la atención adecuada que deben brindar. Por ello se implementó el siguiente enunciado del problema:

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018?

Para su respuesta del problema se llegó a plantear el siguiente objetivo general:

Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Y se respondió a través de los siguientes objetivos específicos: Describir las características de los representante de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Definir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipo de cómputo, caso urbano del distrito de Chimbote, 2018. Conocer las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Elaborar y proponer un plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

La investigación se justificó, debido a que se pudo dar a conocer las características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de chimbote, 2018 y de una gestión de calidad en atención al cliente de las mypes mencionadas.

Así mismo permitió elaborar un plan de mejora que ayudara tanto a los empresarios emprendedores del rubro, como a las personas que desean realizar su negocio en dicho mercado.

Finalmente, esta investigación permitió brindar información confiable para aquellos estudiantes que decidan utilizar como antecedente de futuras investigaciones, así mismo para obtener el título profesional de licenciada en Administración.

La investigación utilizo como metodología de diseño no experimental– transversal y descriptivo, utilizando como técnica la encuesta e instrumento el cuestionario para la recolección de datos. Obteniendo los siguientes resultados. La mayoría de las mype encuestadas son masculinos, (92.41%), donde desempeñan su labor como administradores (74.68%), su grado de instrucción es superior universitario, (49.37%), además de tener 3 años desempeñando en la empresa (39.24%). La mayoría de las mype encuestadas el objetivo de creación es generar ganancia (93.67%), el número de trabajadores es de 1 a 5 (49.37), donde la mayoría son ajenos a la empresa no familiares. La investigación concluye que la mayoría de las mype encuestadas son de género masculino donde están cargo solo los administradores, sus grados son de súper universitario, demuestran que llevan más de 3 años laborando en el mercado estas empresas cuentan con menos de 5 trabajadores su objetivo es generar ganancias, la atención al cliente es muy importante esto lleva al éxito a la empresa en la venta de equipos de cómputo casco urbano Chimbote, 2018. Se encuentra en la (p.69 a 71 así mismo las figuras en el (Anexo 7), (p.97 a 108)

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Parreño (2013) en su investigación titulada *Análisis Comparativo de Herramientas de Software Libre y Aplicación Básica en la Automatización de Procesos en la Gestión de Atención al Cliente y Seguimiento de Proveedores. Caso de Estudio: Tecsinfo s.a.* Teniendo como objetivo general: Realizar un estudio de las herramientas de software libre para la automatización de procesos en la gestión de atención al cliente y seguimiento de proveedores, caso de estudio: TECSINFO S.A. y como objetivo específico lo siguiente: Analizar la situación actual de la empresa caso de estudio en el proceso de gestión de atención al cliente y de gestión de proveedores. Realizar un estudio de las herramientas tecnológicas que ayuden a la automatización de procesos objeto de este trabajo. Levantar los requerimientos tecnológicos funcionales para la incorporación de tics, en la empresa caso de estudio. Diseñar el nuevo flujo de los procesos de gestión de atención al cliente y gestión de proveedores. Recomendar posibles configuraciones de la herramienta de sw libre para automatizar los procesos de gestión al cliente y proveedores. La investigación utilizó las siguientes metodologías y técnicas de investigación. Encuesta: Se aplicó la encuesta para medir el nivel de satisfacción actual en los clientes finales en el servicio que presta la empresa TECSINFO S.A. Entrevista: Se realizó una entrevista al gerente técnico de la empresa para la descripción de los procesos actuales en gestión de atención al cliente como de seguimiento de proveedores. El universo son todas las empresas, a las cuales se le brinda servicio de atención al cliente, en todas las líneas de productos y/o servicios

que brinda la empresa TECSINFO S.A. La muestra está determinada por el cálculo de muestreo probabilístico. Y obteniendo como principales resultados: En 6 prontitudes en la atención de requerimientos tecsinfo s.a. Vemos que tiene un promedio de 3,31 / 5, que es considerado medianamente aceptable, y así mismo en asesoramiento prestado por el técnico en tecsinfo s.a, vemos que esta un hacia los clientes tiene un promedio de 3,85 / 5, que está en el límite de lo aceptable. La amabilidad recibida por parte del técnico de la Empresa TECSINFO S.A tiene un promedio de 4,09 / 5, que es considerado aceptable. La estimación del tiempo para la solución de un incidente por parte del técnico de la Empresa TECSINFO S.A Tiene un promedio de 3,60 / 5, que es considerado medianamente aceptable. El conocimiento demostrado por el técnico de la empresa TECSINFO S.A. Para solucionar el incidente, tiene un promedio de 3.66 / 5, que es considerado medianamente aceptable. La Investigación concluyó que mediante el estudio realizado se ha podido definir formalmente los procesos de gestión de atención al cliente y de manejo de proveedores de la empresa TECSINFO S.A. Se ha realizado una propuesta del mapa de proceso para la empresa TECSINFO S.A. Donde se ha enfatizado en la mejora de los procesos que son objeto del estudio de esta tesis, vemos también que se tendrán varios controles en el proceso de atención al cliente, como el tiempo que se demora un técnico en la resolución del incidente; así como se pudo conocer que técnico está libre para atender algún incidente nuevo reportado, mejorando notablemente la atención a los clientes, lo que permite aumentar la eficiencia y eficacia del proceso.

Antecedentes Nacionales

Riofrío (2017) en su investigación *Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las mype comercializadoras rubro equipos de cómputo del centro de Piura, año 2016*. Obteniendo como objetivo general: Identificar las características que tiene la competitividad y atención al cliente de las mype comercializadoras de equipos de cómputo del centro de Piura en el año 2016. Y como objetivo específico: Determinar los elementos de la competitividad que utilizan las mype comercializadoras rubro equipos de cómputo centro de Piura, durante el año 2016. Conocer los factores de la competitividad que utilizan las mype comercializadoras rubro equipos de cómputo centro de Piura, durante el año 2016. Determinar las estrategias de la atención al cliente que utilizan las mype comercializadoras rubro equipos de cómputo centro de Piura, durante el año 2016. Determinar los elementos de la atención al cliente que utilizan las mype comercializadoras rubro equipos de cómputo centro de Piura, durante el año 2016. La investigación utilizó la siguiente metodología que fue de diseño tipo descriptiva, y cuantitativa. La población identificada son 10 unidades de mype, el tamaño de la muestra es 384 clientes. Y obteniendo como principales resultados: Se observa que del total de las mype estudiadas el 65.38% si se actualiza y conoce acerca de tecnología, se observa que del total de las mype estudiadas el 61.54% cuenta con experiencias en ventas, se observa que del total de las mype estudiadas el 76.92% brinda un trato personalizado a sus clientes, utiliza estrategias orientadas a la anticipación en la atención al cliente, se observa que del total de las mype estudiadas, el 84.62% no utiliza o conoce de estrategias que le permitan anticiparse a las necesidades del cliente. Existe comunicación abierta y espontánea entre los trabajadores y el gerente o supervisor

inmediato, se observa que la totalidad el 100% de las mype en estudio afirman que existe entre los trabajadores y su jefe inmediato una comunicación abierta y espontánea. Habilidades para competir en el mercado, se observa que del total de las mype estudiadas, el 80.77% afirma contar con habilidades para competir en el mercado “Que lo diferencia de su competencia.” Se observa que del total de las mype estudiadas el 23.08% indica que los precios, el 15.38% la ubicación, el 30.77%, el producto 30.77% el servicio mientras que ninguno considero la infraestructura como una diferenciación relevante que le permita competir. “La competencia ayuda a mejorar la calidad de sus productos y/o servicio”, se observa que del total de las mype estudiadas, el 69.23% consideran que la competencia ayuda en la mejora de la calidad de sus servicios o productos. “Adquiere mercadería de última generación y/o innovadora”, se observa que del total de las mype estudiadas el 88.46% adquiere mercadería de última generación. “Consideras que tus clientes se sienten conformes con la calidad de productos/ servicio que ofrece”, se observa que la totalidad de las mype, es decir el 100 % afirma que sus clientes se sienten conformes con sus productos o servicios. “La empresa ofrece capacitaciones para brindar un servicio de calidad”, se observa que del total de las mype estudiadas, el 92.30% no ofrecen a sus trabajadores capacitaciones en calidad de la atención al cliente. Se siente satisfecho con el producto adquirido” se observa que, el 81.25% afirma sentirse satisfecho con el producto adquirido, por otro lado, el 18.75% respondió de manera negativa le brindan información correcta y precisa acerca de sus necesidades” se observa que el 61.20% afirma que le brindan información correcta y precisa de sus necesidades mientras que, el 38.80% respondió de forma negativa. La Investigación concluyó que los elementos de la competitividad de las mype comercializadoras, deben informarse para discernir estrategias,

diferenciación que mediante un valor agregado en el producto o servicio permita distinguirse de otras empresas, adaptabilidad que se refiere a su flexibilidad para manejar los cambios, innovación en los productos así como dar un plus a las tareas diarias, aprender de la incertidumbre que debido a los constantes cambios en la sociedad del cual debe sacar provecho. Los factores de la competitividad de las mype, abarcan todos los procesos productivos para poder brindar satisfacción, marketing que mediante estrategias de publicidad y comunicación permitan llegar al público final, administración donde utilice elementos de gestión interna en cuanto al personal de la empresa, finanzas que abarca todos los aspectos contables, tecnología que es la adopción de nuevos sistemas que colaboren en las diferentes áreas, calidad que se refiere al producto final y la aceptación que tiene este en el mercado; las mype reflejan falta de conocimiento en el uso de las mismas impidiendo un crecimiento por tal motivo deberían realizarse capacitaciones a los propietarios y/o trabajadores para que se desenvuelvan dentro de la empresa generando mayor productividad. Los elementos de la atención al cliente en las mype, conocer a los clientes y entender sus necesidades, comunicación donde se mantiene a los clientes informados con un lenguaje que puedan entender, credibilidad en el servicio que se posee, cortesía que se refiere al buen trato y respeto, profesionalismo o dominio de las destrezas requeridas y conocimiento del servicio, capacidad de respuesta que es ofrecerle un buen servicio rápido y oportuno, fiabilidad que es la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma confiable considerados una herramienta útil para brindar al cliente un servicio óptimo que le genere satisfacción y por ende una fidelización para con la empresa.

Sánchez (2015) en su investigación *La gestión financiera, el control interno y los tributos y su influencia en los resultados de gestión de las empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y equipos de cómputo en la ciudad de Piura año 2014*. Obteniendo como objetivo general: Determinar cómo influye la gestión financiera, los mecanismos de control interno y los tributos en los resultados de gestión de las empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y equipos de cómputo en la ciudad de Piura año 2014. Y así mismo obteniendo los objetivos específicos: Determinar cómo influye la gestión financiera, en los resultados de gestión de las empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y equipos de cómputo en la ciudad de Piura año 2014. Determinar cómo influye los mecanismos de control interno en los resultados de gestión de las empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y equipos de cómputo en la ciudad de Piura año 2014. Determinar cómo influye los tributos en los resultados de gestión de las empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y equipos de cómputo en la ciudad de Piura Año 2014. La Investigación utilizó como metodología: La investigación se ha desarrollado usando la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y el diseño no experimental, la técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario estructurado con 24 preguntas relacionadas a la investigación, el cual fue aplicado a una muestra se tomó al total de la población, consistente a 20 empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y equipos de cómputo en la ciudad de Piura año 2014. Y obteniendo los principales resultados: materia de investigación, financiaron su actividad comercial a través de las entidades financieras bancarias en un 40% y se autofinanciaron en un 60%. Considerando el 100% de los empresarios encuestados, que usaron financiamiento, el 85% sostiene que este es un factor que incide positivamente en los resultados de

gestión de las empresas. Con respecto al control interno, el 100 % de los encuestados no cuentan con un manual adecuado de políticas y procedimientos que oriente las actividades y garantice un buen control interno. Asimismo que el 85% de los empresarios encuestados no tiene conocimiento de lo que es control interno, el 70% de los entrevistados manifestó que tiene conocimiento de los tributos que aporta su empresa el resultado demuestra que, el 80% de los encuestados indicó que los tributos que aportan no afectan su economía, el 55% no ha sido sancionado por sunat en ninguna oportunidad, el control interno como vienen funcionando actualmente no incide positivamente en los resultados de gestión de las empresas, debiendo salvaguardar los recursos de la empresa y mejorar su gestión, la declaración y pago oportuno de los tributos evita cargos de intereses, moras y multas, por lo que en el 55% de las empresas, el pago oportuno de los tributos incidió en forma positiva en sus resultados de gestión del año 2014. La investigación concluyó que las empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y equipos de cómputo en la ciudad de Piura, año 2014. Materia de investigación, financiaron su actividad comercial a través de las entidades financieras bancarias en un 40% y se autofinanciaron en un 60%. Considerando el 100% de los empresarios encuestados que usaron financiamiento, el 85% sostiene que este es un factor que incide positivamente en los resultados de gestión de las empresas. Con respecto al control interno, el 100 % de los encuestados no cuentan con un manual adecuado de políticas y procedimientos que oriente las actividades y garantice un buen control interno. Asimismo que el 85% de los empresarios encuestados no tiene conocimiento de lo que es control interno. El Control interno como viene funcionando actualmente no incide positivamente en los resultados de gestión de las empresas, debiendo salvaguardar los recursos de la empresa y mejorar

su gestión. El 70% de los entrevistados manifestó que tiene conocimiento de los tributos que aporta su empresa el resultado demuestra que el 80% de los encuestados indicó que los tributos que aportan no afectan su economía. El 55% no ha sido sancionado por sunat en ninguna oportunidad la declaración y pago oportuno de los tributos evita cargos de intereses, moras y multas, por lo que en el 55% de las empresas, el pago oportuno de los tributos incidió en forma positiva en sus resultados de gestión del año 2014.

Romero (2018) en su investigación denominada *Gestión de Calidad en la Capacitación de Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio - rubro venta al por menor de aparatos y Equipos de Uso Doméstico de la Ciudad de Huaraz, 2017*. Obteniendo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro venta al por menor de aparatos y equipos de uso doméstico de la ciudad de Huaraz, 2017. Obteniendo objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las mypes del ámbito de estudio. Describir las principales características de las mypes del ámbito de estudio. Describir las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente de las mypes del ámbito de estudio. La investigación utilizó como metodología el tipo de investigación es descriptivo, el nivel de investigación de la tesis es cuantitativo, el diseño de la investigación es no experimental – transversal o transaccional, no experimental. La población en estudio constó de un total de 10 mypes. Y obteniendo los principales resultados: dentro de la caracterización de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente bajo la perspectiva del gerente, control de calidad

de la empresa y la preparación organizacional vemos que, el 70% manifestó estar siempre impulsando la consecución de logros, el 50% manifestó que la mayoría de veces otorga confianza a sus empleados, el 60% manifestó que siempre trabaja en equipo, el 100% de los representantes legales de las mypes aseguraron que si tiene productividad en su empresa, en dentro de control de calidad del sistema de servicio, vemos que, el 70% manifestó que siempre se preocupa por las instalaciones físicas de la empresa, el 80% manifestó que siempre establece las normas de calidad de productos y servicios, y en el control de calidad de los productos o servicios vendidos, el 50% manifiesta que siempre se fomenta la habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa, y en caracterización de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente bajo la perspectiva del empleado, control de calidad de la empresa y la preparación organizacional vemos los resultados que el 55% manifestó estar siempre impulsando la consecución de logros, el 55% manifiesta estar siempre en posesión de programa de atención al cliente, y en control de calidad del sistema de servicio, el 55% manifiesta estar siempre pendiente de las instalaciones físicas, el 100% manifiesta conocer el termino atención al cliente. La investigación concluyó que identificó que en las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio, la gran mayoría de los representantes de las mypes encuestadas se mostraron conscientes que la capacitación tanto para ellos como para los empleados de su empresa ayuda a mejorar las actividades de atención al cliente y que a su vez, les permite volverse competitivas en el mercado. Pero no lo ven como una prioridad ya que prefieren destinar parte de su inversión en otros aspectos empresariales, con el respecto a describir las principales características de los gerentes de las mypes del

ámbito de estudio, existen porcentajes altos referentes a la consecución de logros, otorgamiento de confianza a sus empleados, trabajo en equipo, posesión de programa de atención al cliente, que el personal cuente con una apariencia limpia, que se establezca normas de calidad de productos y servicios, Respecto a describir las principales características de la mype del ámbito de estudio, existe un alto porcentaje en la preocupación por las instalaciones físicas de la empresa, que sean visualmente atractivas, así como el mobiliario, equipos y herramientas, que tengan el aspecto de ser modernos, respecto a describir las principales características de la capacitación de atención al cliente de la mype del ámbito de estudio, hay un gran porcentaje en que los empleados, tengan una consecución de logros, estar siempre en confianza, trabajo en equipo, posesión de programa de atención al cliente, debe estar siempre bajo un programa de atención al cliente, estar siempre con una apariencia limpia, estar siempre con la habilidad de prestar el servicio promedio de forma precisa, manifiesta estar siempre con la evaluación de la conformidad en la entrega del producto o servicio y estar siempre con la adopción de acciones correctivas ante el rechazo del producto o servicio brindado.

Antecedentes Locales

Paredes (2016) en su investigación titulada *Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de suministros de cómputo, Galerías Shopping Center, Distrito de Chimbote, año 2013*. Teniendo como objetivo general: Determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de suministros de cómputo, galerías shopping center, distrito Chimbote, año 2013. Y objetivo específico: Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la

venta de suministros de cómputo, galerías shopping center, distrito Chimbote, año 2013. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de suministros de cómputo, galerías shopping center, distrito Chimbote, año 2013. Determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de suministros de cómputo, galerías shopping center, distrito Chimbote, año 2013. La investigación tuvo como metodología no experimental - transversal - descriptiva - cuantitativa. Se utilizó una población muestral de 9 micro y pequeñas empresa. Y obteniendo los siguientes resultados: EL 66,7% de los representantes encuestados tienen de 31 a 50 años de edad, el 55.6% son de género masculino, el 55.6% tienen estudios universitarios, el 66.7% tienen otras profesiones, el 66.7% son gerentes, el 55.6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 9 años a más en el mercado, el 55.6% en su mayoría tiene de 1 a 3 colaboradores permanentes, el 77.8% tiene como objetivo principal obtener ganancias. Con respecto a los años de funcionamiento de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de suministros de cómputo el 55.6% respondieron que llevan funcionando de 9 a más años, con respecto a capacitación el 100% respondió que sí tienen conocimiento de este término, esto demuestra que la mayoría de representantes legales de las micro y pequeñas empresas conocen y no son ajenos al término “capacitación”, con respecto a si se capacitaron 100% de los representantes respondió que se ha capacitado, con respecto al tipo de capacitación el 100% de los representantes de las micro y pequeñas respondió que sí recibió algún tipo de capacitación, con respecto a si consideran la capacitación como una inversión o un gasto, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de suministros computo respondió que considera a la capacitación como una inversión, con respecto

a si desearía capacitar a sus colaboradores y capacitarse, el 33.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de suministros de computo respondió que desearía capacitarse y capacitar a sus empleados en ventas siendo la misma proporción los temas de servicio al cliente, con respecto a cómo la capacitación influye en la competitividad, el 100% respondió que la capacitación si influye en la competitividad de su empresa. La investigación concluyó que la totalidad de las mypes si conoce el término capacitación, se han capacitado han capacitado a su personal asi mismo considera que la capacitación es una inversión que la mayoría de micro y pequeñas empresas (mypes) dedicadas a la venta minorista de suministros de cómputo, galerías shopping center, distrito de Chimbote, 2013. Conocen el término capacitación y sí ejecutan, aun así quieren capacitarse en temas necesarios para su desarrollo en el mercado, del presente estudio realizado se concluye que la mayoría de mypes se encuentran desarrollando sus actividades de 9 a más años (55,6%), contando con un aproximado de 1-3 colaboradores permanentes (55.6%) y su objetivo principal es obtener ganancias (77.8%). Del presente estudio realizado se concluye que la mayoría de representantes de las mypes el (100%) conocen el término capacitación, el (100%) se capacitó, el (100%) recibió algún tipo de capacitación, el (100%) considera a la capacitación como una inversión, el (33.3%) desearía capacitarse y capacitar a sus trabajadores en ventas, servicio al cliente y marketing, el (100%) considera que la capacitación sí influye en la competitividad.

Ramos (2017) en su investigación *Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, Ciudad de Chimbote, 2014*. Teniendo como objetivo general: Determinar las principales características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote, 2014. Y como objetivo específico lo siguiente: Determinar las principales características del representante de las micro y pequeñas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote, 2014. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote, 2014. Determinar las características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote, 2014. La investigación utilizó la siguiente metodología el diseño de la investigación fue no experimental- transversal- descriptivo- cuantitativa, con una población de 20 mypes se utilizó una muestra dirigida a 14 de ellas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: con respecto a la edad de los representantes, el 78,6% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años, con respecto al género de los representantes, el 92,9% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son del género masculino, con respecto al grado de instrucción de los representantes, el 71,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción superior universitario, con respecto al cargo que desempeñan los representantes, el 57,2% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños, con respecto al tiempo que desempeñan en el cargo los representantes, el

57,2% de los representantes vienen desempeñando en el cargo más de 7 años, con respecto al tiempo de permanencia de las micro y pequeñas empresas, el 21,4% de las micro y pequeñas empresas tienen 3 años de permanencia, el 28,6% tienen de 4 a 6 años y el 50% tienen de 7 a más años en el rubro que desempeñan, con respecto al número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas, el 85,7% de las micro y pequeñas empresas cuentan con un número de 1 a 5 trabajadores, el 92,9% de las micro y pequeñas empresas se crearon para generar ganancias, el 100% de las micro y pequeñas empresas cuentan con un plan estratégico, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen el término competitividad, el 100% de los representantes consideran que sus micro y pequeñas empresas son competitivas, el 92,9% de los representantes conoce a sus competidores directos, el 85,7% de los representantes consideran que los productos que ofrecen se relacionan o son similares a los que ofrecen sus competidores, el 57,1% de los representantes considera que su micro y pequeña empresa es competitiva en cuando a la atención que brindan a sus clientes, el 57,1% de los representantes afirman que desarrollar nuevos servicios es uno de los factores que logran mantener la competitividad en sus negocios. La investigación concluyó que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote 2014. Tienen una edad promedio de 31 a 50 años, son del género masculino, tienen un grado de instrucción superior universitaria, son los propios dueños y vienen desempeñando en el cargo más de 7 años. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote 2014. Tienen más de 7 años de permanencia en el rubro, cuentan con un número promedio de 1 a 5 trabajadores y se crearon con el

objetivo de generar ganancias. La totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote, 2014, cuentan con un plan estratégico, asimismo conocen el término competitividad y consideran que son competitivos. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote, 2014, conocen a sus principales competidores, consideran que sus productos están relacionados a los de sus competidores, son competitivos por la atención que brindan a sus clientes y asumen que el factor más importante para desarrollar la competitividad es la creación de nuevos servicios.

Maguiña (2016) en su investigación denominada *Caracterización del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro abastecimiento de equipos de cómputo – Chimbote, 2014*. Teniendo como objetivo general: Determinar y describir las características del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro abastecimiento de equipos de cómputo de Chimbote, 2014. Y así mismo obteniendo objetivos específicos: Describir las características de los gerentes y/o representantes legales de las mypes del sector comercio - rubro abastecimiento de equipos de cómputo de Chimbote, 2014. Describir las características de las mypes del sector comercio – rubro abastecimiento de equipos de cómputo de Chimbote, 2014. Describir las características del financiamiento de las mypes del sector comercio – rubro de abastecimiento de equipos de cómputo de Chimbote, 2014. Describir las características de la capacitación de las Mypes del sector comercio- rubro abastecimiento de equipos de cómputo de Chimbote, 2014. La Investigación utilizó como metodología la investigación fue cuantitativa - descriptiva, para llevarla a cabo

se escogió de manera dirigida una muestra de 10 mypes de una población de 20, a quienes se les aplicó un cuestionario de 28 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Y obteniendo los principales resultados: El 100% de los gerentes y/o representantes legales son personas adultas ya que sus edades fluctúan entre 26 y 64 años, el 60% de los representantes legales encuestados son del sexo masculino, el 30% de los microempresarios encuestados tienen grado de instrucción superior universitaria completa, el 90% de los microempresarios encuestados se dedican al rubro de abastecimiento de equipos de cómputo hace más de 3 años, el 70% de las mypes son formales, estos resultados estarían indicando que la mayoría de las mypes estudiadas por ser formales tendrían más ventajas para acceder a un financiamiento, el 50% de las mypes encuestadas tienen un trabajador permanente y el 60% no tiene ningún trabajador eventual dentro de su negocio, el 57% de las mypes encuestadas recibieron crédito del sistema no bancario, el 86% de las mypes encuestadas señalaron que los créditos fueron otorgados a corto plazo, el 86% manifestaron que sus créditos recibidos fueron invertidos en capital de trabajo, el 60% de los gerentes y/o administradores de las mypes en estudio, si recibieron capacitación previa al otorgamiento de los créditos, el 40% de los microempresarios encuestados han recibido una capacitación, el 50% de los microempresarios encuestados ha recibido capacitación en inversión del crédito financiero. El 80% de los representantes legales de las mypes encuestadas dijeron que sus trabajadores no reciben capacitación, el 70% de los representantes legales de las mypes encuestadas dijeron que la capacitación es una inversión, el 70% de los microempresarios encuestados manifestaron que la capacitación si es relevante para la empresa. La Investigación concluyó que la totalidad el (100%) de los representantes legales de las mypes encuestadas son adultos su edad fluctúa entre los 26 a 64 años,

poco menos de 2/3 (60%) son del sexo masculino, poco menos de 1/3 (30%) tiene instrucción superior universitaria completa y mucho menos de 1/3 (20%) tiene instrucción superior universitaria incompleta. Estos resultados nos muestran que la mayoría de profesionales se encontraban sin empleo inmediato y optaron por formar su propia empresa para poder subsistir, la mayoría (90%) de las mypes encuestadas tiene más de 3 años del rubro empresarial, la mitad (50%) posee un trabajador permanente; poco menos de 2/3(60%) no posee trabajadores eventuales dentro de su negocio y la mayoría (90%) formaron sus mypes para obtener ganancias. Estos resultados nos muestran que las mypes son estables y necesitan más apoyo por parte de instituciones públicas y/o privadas para hacer crecer sus negocios y así obtener más rentabilidad, un poco más de 2/3 (70%) obtuvieron financiamiento de terceros, el (57%) obtuvo su crédito de las entidades no bancarias. Asimismo, la mayoría (86%) de los créditos recibidos fueron a corto plazo y el (86%) de dichos créditos, fueron invertidos en capital de trabajo, se recomienda que, para que las mypes puedan subsistir y crecer el estado debe promover políticas crediticias a tasas preferenciales y darle el respectivo seguimiento con la finalidad de disminuir los niveles de riesgos; así las mypes podrán elevar su productividad, Poco menos de 2/3(60%) recibió capacitación antes del otorgamiento del crédito, poco más de 1/3 (40%) recibieron una capacitación en los dos últimos años, con respecto al personal el (80%) no ha recibido ninguna capacitación, poco más de 2/3(70%) considera que la capacitación como empresario es una inversión y poco más de 2/3(70%) considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa. Se concluye que los empresarios deben tener diferentes modelos y programas de capacitación para ampliar sus conocimientos y mejorar sus habilidades; así podrán realizar mejores estrategias de ventas y tener una

mejor relación entre empleador y trabajador, el 57% de las mypes encuestadas que recibieron financiamiento de terceros lo hizo del sistema no bancario; asimismo el 70% considera a la capacitación como una inversión, en este sentido se concluye que el estado debe ayudar a las mypes a formalizarse ya que así, tendrían más ventajas para la obtención de líneas de crédito, conseguir mejores mercados para colocar sus productos, tener acceso al financiamiento ya que las tasas de interés son elevadas, para ello las mypes tienen que sanear sus activos más relevantes de los cuales disponen para ofrecer al sistema bancario como garantía. Con respecto a la capacitación, la inversión es un costo, es decir, es recuperable mientras más se invierta en la capacitación mayor será el desempeño del trabajador y aumentara la productividad de la empresa, finalmente, recomendar que el estado realice estrategias o políticas de apoyo directo a las mypes; es decir, inviertan en programas de capacitación, también buscar los medios necesarios que brinden estímulos a las mypes como el programa de jóvenes emprendedores y charlas sobre las fuentes de financiamiento ya que muchas veces las mypes que cuentan con capital en efectivo no saben escoger la mejor fuente de financiación así como también la implementación de políticas financieras en el sistema bancario y no bancario como el crédito oportuno, tasas preferenciales a buenos pagadores independientemente del tamaño del negocio, esto hará que las mypes mejoren su productividad y logren un mayor desarrollo.

Paredes (2014) en su investigación *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las mypes del sector comercio - rubro compra y venta de equipos de cómputo, accesorios, suministros y servicio técnico, del Distrito de Chimbote, periodo 2010-2011*. Teniendo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las mypes del sector comercio - rubro compra y venta de equipos de cómputo, accesorios, suministros y servicio técnico, del distrito de Chimbote - Periodo 2010-2011. Y como el objetivo específico lo siguiente: Describir las principales características de las mypes del Sector comercio – rubro compra y venta de equipos de cómputo, accesorios, suministros y servicio técnico, del distrito de Chimbote - Periodo 2010-2011. Describir las principales características del financiamiento de las mypes del sector comercio - rubro compra y venta de equipos de cómputo, accesorios, suministros y servicio técnico, del distrito de Chimbote - Periodo 2010-2011. Describir las principales características de la capacitación de las mypes del sector comercio - rubro compra y venta de equipos de cómputo, accesorios, suministros y servicio técnico, del distrito de Chimbote - Periodo 2010-2011. Describir las principales características de la rentabilidad de las mypes del sector comercio - rubro compra y venta de equipos de cómputo, accesorios, suministros y servicio técnico, del distrito de Chimbote - Periodo 2010-2011. La Investigación utilizó la siguiente metodología fue cuantitativo - descriptivo, para su realización se escogió una muestra de 10 mypes de una población de 20 del sector comercio y rubro mencionado a los que se le aplicó una encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 100% de las mypes encuestadas se dedica al rubro compra y venta de equipos de cómputo, accesorios, suministros y servicio técnico hace más de 3 años, el 100% de los microempresarios encuestados se dedican a la actividad

empresarial hace más de 3 años, el 50% de las mypes encuestadas dijeron que tienen entre a 4 a 10 trabajadores, el 70% de las mypes dijeron que tienen por objetivo obtener ganancias, el 70% de las mypes encuestadas durante los años 2010 y 2011 han solicitado y recibido crédito, el 50% de las mypes encuestadas obtuvieron financiamiento de una entidad bancaria, el 60% de las mypes encuestadas respondieron que el financiamiento obtenido fue destinado a capital de trabajo, el 55% de las mypes que recibieron crédito invirtieron dicho crédito en capital de trabajo, el 60% de las mypes encuestadas si recibió capacitación, el 66.7% de los representantes legales de las mypes encuestados dijeron que sus trabajadores sí fueron capacitados, el 50% de los representantes legales de las mypes encuestados dijeron que sus trabajadores recibieron una capacitación. El 50% de los microempresarios encuestados manifestaron que el financiamiento adquirido si contribuyo al mejoramiento de la rentabilidad de la empresa y el 40% no supo responder, donde el 45% de los representantes legales de las mypes encuestados dijeron que el microcrédito financiero sí contribuyó al mejoramiento de la rentabilidad de sus empresas, el 30% no respondieron por desconocimiento, el 80% de los representantes encuestados manifestaron que la capacitación si mejoro la rentabilidad empresarial, el 90% de los representantes legales considera que la capacitación si mejora la rentabilidad de su empresas. La investigación concluyó respecto a los datos de las mypes, el 100% de las mypes encuestadas tienen una antigüedad de más de 3 años, el 50% dijeron tener de 4 a 10 trabajadores. Respecto al financiamiento en el período de estudio (2010 – 2011), el 70% de las mypes encuestadas recibieron crédito financiero, recurriendo el 50% de las mypes a la entidad bancaria. Respecto a la capacitación, el 60% de los encuestados respondieron que su personal ha recibido capacitación, donde el 40%

manifestaron que se han capacitado en los temas de actualización del software y hardware. Respecto a la rentabilidad: el 50% de las mypes afirma que el crédito obtenido mejoro la rentabilidad de su empresa. Finalmente las conclusiones son: el 50% de los microempresarios obtienen su crédito de las entidades bancarias invirtiendo dicho crédito en su propio capital de trabajo, el 60% si capacitan a su personal y por último la rentabilidad de algunas mypes ha mejorado en los dos últimos años.

2.2 Bases Teóricas

Las Micro y pequeñas empresas

Una característica fundamental de estas empresas, es su constitución, la cual puede hacerlo tanto una persona natural como una persona jurídica, y sus funciones de estas empresas son similares o igual que las empresas grandes o medianas.

Su conducción es tanto por un propietario o por una persona jurídica, dependiendo de qué tipo de sociedad desee constituirse, cabe destacar que las mypes son la principal fuente de crecimiento y empleo para el Perú, a pesar de que la mayoría de ellas son informales. (Sanchez, 2014)

Usualmente, este tipo de negocios cuenta con una producción y administración simple o empírica, no obstante permite la generación de empleo que lleva a una mejor calidad de vida.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas son importantes para el desarrollo de la economía del Perú donde aporta al crecimiento del producto bruto interno (PBI), además de brindar empleo a la mayoría de la población.

Características de las micro y pequeñas empresas

En la actualidad, estos negocios se distinguen por el nivel de ventas que tienen anualmente; para las micro empresas son un máximo de 150 UIT (unidades impositivas tributarias), para las medianas empresas superiores a los 150 UIT, con un máximo de 1700 UIT y para las medianas empresas superiores a los 1700 UIT, con un máximo de 2300 UIT. (Rivero, 2014)

Expresado en el párrafo anterior, dar a conocer que las características de las mypes, señalan que si cumplen con el monto de ventas de acuerdo al régimen que se establece, no podrán tener problemas en el futuro.

Gestión de Calidad

La gestión de calidad está enfocado en la planificación y sistemas adecuados, que te permita actuar para poder asegurar que los productos o servicios que brinda una empresa se adecuen a los estándares de distintos tipos de cliente, son los que determinan cuando se da una gestión de calidad eficiente, por ello es que el cliente es considerado de suma importancia para su aplicación, no obstante dependerá de las políticas de la empresa si se ejecuta o no. (Gonzales, 2017)

Sistema de Gestión de Calidad

El sistema de gestión de calidad sirven para evidenciar, promover confianza, como resultado de demostrar, en el producto y/o servicios la formalidad con los requisitos establecidos de acorde a la gestión de calidad donde la empresa lo aplica para poder mejorar su servicio en atención al cliente. (Cortez, 2017)

Objetivos de un Sistema de Gestión de Calidad

Para poder cumplir con los objetivos trazados por la organización se debe de tener en cuenta los siguientes factores prevención: en este tiene que evitarse que se produzcan elementos no conformes detección y mejora: eliminar las causas de no conformidades y mejora de los procesos: demostración: Evitar objetivamente que se han cumplido todos los requisitos. (Herrera, 2017)

Beneficios de un Sistema de Gestión de Calidad

Un sistema de Gestión de calidad permite obtener diferentes tipos de beneficios para la empresa, sistematizando las operaciones, permite que los procesos ya sean productivos de diferentes áreas, se dan de manera más eficiente; así mismo llevar un control de los desempeños que tiene cada proceso en el cual ayuda a tener un personal capacitado, y comprometido; ayuda a mejorar la imagen tanto de la marca como del producto y ayuda a promover la innovación y el crecimiento de la organización desarrollando participación competitiva en el mercado. (Chamorro, 2016)

Estas ventajas y beneficios ayudan a la empresa a generar utilidades, a incrementar su participación en el mercado y sobre todo a tener una retención y atracción de nuevos clientes potenciales.

Atención al cliente

En toda empresa la atención al cliente es fundamental para la fidelización de los consumidores, y para el retorno de ellos, atenderlos de manera cortés y amable, te permite ampliar la demanda. (Chamorro, 2016).

Por ello la atención al cliente se enfoca que la satisfacción del cliente, a través del servicio que se presta, comunicando y brindando información de lo que ofrecen en su empresa y los beneficios que obtienen.

Evaluación del servicio al cliente

El concepto tradicional que tiene el servicio al cliente es, la satisfacción de las necesidades y expectativas de cada cliente fundamentalmente la amabilidad, la atención. Hoy en día en la actualidad, brindar buen servicio al cliente se dice que es una estrategia empresarial del valor agregado del cliente. Busca asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio al cliente más aun superiores al de los competidores.

Las principales razones por la que se impone esta nueva visión es que facilita un acceso a cantidad de datos, así mismo exige también mayor valor agregado y por ende quieren que los proveedores los conozcan en detalles y presenta una gran variedad de opciones colocando un enorme valor en la facilidad y rapidez, esto vendría ser una conveniencia así podrían adquirir los bienes y servicios. Pero vemos que el énfasis restablece una relación a largo plazo y de servicio integral, está enfocado en satisfacer las necesidades de los servicios al cliente, y así poder disminuir las necesidades o el deseo del cliente de fragmentar sus asuntos entre varias instituciones.

Todo esta nueva situación se da por que el cliente en este entorno tiene y valora los nuevos elementos del servicio tales como el tiempo, la oportunidad de soluciones individualización y amabilidad.

Características de atención al cliente

Las características de atención al cliente es muy importante y fundamental en las mype también se puede encontrar que la atención es intangible, debido a que no se puede percibir con los sentidos, conocen a profundidad a sus clientes, tiene de ello. Los bases de datos confiables y manejar sus perfiles; así mismo es un proceso, debido a que se produce y consume instantáneamente, se identifica a los clientes, necesidades y sus niveles de satisfacción por lo tanto practican una auditoria de servicios; es integral, ya que todos los colaboradores formar parte de ella. Por lo tanto se dice que tiene una estrategia y un sistema de servicio al cliente es continuo, debido a que su producción se hace un seguimiento permanente de los niveles de satisfacción, y se busca brindar un valor agregado o plus al producto, diseñando estrategias tanto de mercado interno y venta interna que genera la participación de los clientes internos en la prestación de un servicio de excelencia, así mismo partiendo en satisfacción y compromiso de sus colaboradores. (Serna, 2015)

En el párrafo anterior, nos da a conocer lo primordial que es la atención al cliente y la forma de como brindar a tus clientes fieles, o clientes nuevos de esta manera nos permite saber que estrategias vamos a elaborar para una adecuada, planificación, elaboración y aplicación del servicio.

Departamento de atención al cliente

El departamento de atención al cliente se da cuando la empresa utiliza un conjunto de actividades que relacionan al cliente con el negocio, con la finalidad de lograr la satisfacción, una de las funciones de este departamento es el recojo y gestión de las quejas y reclamaciones, para ello, el departamento implementa estrategias de acuerdo al sector al tipo de sector que pertenece, la innovación y creatividad permite realizar una atención que sea agradable para el cliente y lograr su satisfacción, con la finalidad de que el cliente vuelva. (Lobato, 2015)

La comunicación con el cliente

Enfrentar a la resistencia o negación del cliente no es fácil hoy en día, por ello la comunicación con el cliente, permite entender los tipos de factores que implican en la insatisfacción del cliente, no cabe duda que al ser gestionada de la manera correcta, brinda una mejor aceptación de la empresa en el mercado.(Pérez, 2013)

Dentro de sus características se encuentran que la comunicación ayuda a establecer relaciones duraderas, y una satisfacción deseada del cliente, así mismo brinda una imagen o presencia de la empresa óptima, que permite captar clientes. (Blanco, Lobato & lobaton, 2013)

En este párrafo nos a conocer que mayor importancia tiene la comunicación con tus clientes en todo tipo de empresas, brindar una buena atención al cliente hace que la empresa tenga más cliente fieles, esto beneficia tanto a la empresa y al cliente esto permitirá que el cliente pueda obtener sus gustos y preferencias de una manera rápida, así mismo el cliente podrá volver a adquirir el producto a la misma empresa.

Funciones de la comunicación

Cabe destacar que la comunicación se da por distintas funciones, ya sea de informar, enseñar, controlar y expresar algún sentimiento, cosa que se desee a un receptor.

Dentro de las principales funciones se encuentran la de: Motivar, enfocado en una organización a los empleados, logrando un clima laboral adecuado, para que los clientes sientan una confianza y seguridad al realizar sus actividades y trabajar de una manera eficiente; otra función que cumple la comunicación es de informar, debido a que se trasmite datos que permitan tomar decisiones que ayuden a lograr los objetivos trazados en la organización; también cumple la función de controlar, ejecutando planes y evaluando las conductas de los miembros de la organización y por ultimo cumple la función de expresar, ya sean emociones de logros o fracasos, utilizando motivaciones extrínsecas o intrínsecas, o relacionando a la organización con su entorno en donde se encuentra. (Roquel, 2015)

Estas funciones son importantes para poder comunicar al personal sobre los procesos de atención al cliente de como informar, controlar y expresar donde la motivación es muy importante para poder llegar al objetivo trazado de la empresa.

La Atención de Quejas

Dentro de las mype las quejas son conocidas como aquellas insatisfacción de los clientes, que se dan cuando un producto o servicio es mal percibido, pero para la empresa, la queja debe considerarse como una oportunidad que te permita satisfacer las necesidades de sus clientes, como ejemplo se considerarías como un regalo que da

el cliente a la empresa, pero al abrirlo debe hacerse cuidadosamente. Ongallo (2012) explica dos aspectos:

1.- Empatía con el cliente

Las quejas que recibimos debemos, de ponerlas en práctica y de acuerdo a eso buscar la mejor solución posible. Esta capacidad de ponerse en lugar de otros nos ayudara a plantearnos muchas preguntas, esto ayudara a realizar una retroalimentación para mejorar y no volverá fallar en esa insatisfacción que el cliente recibió.

2.- Rumores y quejas verbales

A todas las empresas les interesa saber los rumores que dicen acerca de ella. Los rumores pueden hacer o romper un negocio o producto. Todo cliente que abandona una empresa es porque se encuentra insatisfecho, lo cual representa una amenaza en el mercado. Cuando un cliente está insatisfecho usualmente critica a la empresa o al producto o servicio que dicha empresa ofrece. Estas críticas muchas veces llegan a otras personas quienes desisten en ir a la empresa de cual se está criticando (pp. 188-190).

De lo entendido del autor anterior, se puede dar a conocer los diferentes comportamientos que se pueden encontrar en los clientes en lo cual podemos identificar cuál es el problema que tienen los clientes dentro de la empresa o al momento de adquirir el producto, la atención de quejas ayuda a que la empresa pueda mejorar y como resultado de ello brindar una buena atención a los clientes.

2.3 Marco Conceptual

Las Micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas tienen una gran importancia en la economía y en el empleo a nivel Nacional y Regional, tanto en los Países industrializados, así mismo como en el menor grado de desarrollo, este tipo de mypes están encargados a la venta de comercialización, extracción, así mismo exportación, de varios bienes y servicios los cuales están enfocados en la atención a las necesidades y satisfacer sus necesidades de sus consumidores.

Gestión de Calidad

La gestión de calidad es un conjunto de actividades en donde estan enfocadas en desarrollo de la planificación, organización, y de la misma manera forma controlar las políticas de calidad, estableciendo objetivos funciones, responsabilidades para ello debería seleccionar un personal responsable.

Atención al cliente

Atención al cliente es un conjunto de actividades en las cuales se utiliza para ofrecer un servicio o un producto, en el momento y lugar adecuado, y que sea llegado al consumidor de la mejor manera.

Comunicación

Es la acción de comunicar o comunicarse, en el cual existe un receptor y un emisor, es el proceso en el que se transmite la información de los productos o servicios que brinda la dicha empresa.

Venta de equipo de cómputo

Estas micro y pequeñas empresas están dedicadas a comercializar todas las ventas de equipos de cómputo a preferencias de los clientes, ya que esto es muy importante porque hoy en la actualidad las empresas utilizan mucha tecnología en la empresa en su uso diario, para así la empresa tenga muchos éxitos en todas sus actividades.

III HIPOTESIS

En la investigación no se planteó hipótesis debido a que solo se describió las características de la Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

La investigación fue de diseño No experimental- Transversal- Descriptivo.

No experimental: Porque se realizó sin manipular deliberadamente a la variable gestión de calidad en atención al cliente, se describió tal como se presenta dentro del contexto, es decir se observó el fenómeno conforme a la realidad, sin sufrir ningún tipo de modificaciones en las micro y pequeñas empresas del comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote.

Diseño transversal: Porque el estudio de investigación de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote. Se desarrolló en un espacio y tiempo determinado tendiendo un inicio y un fin específicamente la investigación se desarrolló en el año 2018.

Fue diseño descriptivo: Porque solo se describió las características más relevantes de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

4.2 Poblacion y muestra

Población

La presente investigación utilizó una población de 79 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. La cual se consiguió ingresando en el sistema del INEI – SIGE Asi mismo por Municipalidad de Chimbote.

Muestra

La presente investigación utilizó una muestra de 79 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018 (ver anexo 4), (p.82 a 85)

4.3 Definición y Operacionalización de Variables e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Variable principal:	Según las personas que dirigen o son los encargados de la empresas encuestadas	Edad	-18 a 30 años -31 a 50 años -51 años a más	Razón
Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas		Género	-Masculino -Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	-Sin instrucción -Primaria -Secundaria -Superior no universitario -Superior universitario	Nominal
		Cargo que desempeña	-Dueño -Administrador	Nominal
		Tiempo que desempeña en el cargo	-0 a 3 años -4 a 6 años -7 a más años	Razón

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Variable principal: Característica de las micro y pequeñas empresas	Es la unidad económica constituida por una empresa natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión Empresarial.	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
		Número de trabajadores	-De 1 a 5 trabajadores - De 6 a 10 trabajadores -De 11 a más trabajadores	Razón
		Personas que trabajan en su empresa	-Familiares -No familiares	Nominal
		Objetivo de creación	-Generar ganancia -Subsistencia	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Variable principal: Principales características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas	Atención al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un proveedor con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.	Conocimiento del término de gestión de calidad	-Si No -Tiene poco conocimiento	Nominal
		Conocimiento de técnicas de gestión de calidad	Benchmarking -Atención al cliente -Empowerment -Las 5 c -Outsourcing -Otros -Ninguno	Nominal
		Dificultades en los trabajadores que impidan la implementación de gestión de calidad	-Poca iniciativa -Aprendizaje lento -No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto -Otro	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación -La evaluación -Escala de puntuaciones -Evaluación de 360 grados -Otros	Nominal
		Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	-Si -No	Nominal
		Gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa	Si -No	Nominal

		Conocimiento del termino de atención al cliente	-Si -No -Tengo cierto Conocimiento	Nominal
		Aplicación de gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	-Si -No -A veces	Nominal
		la atención al cliente es fundamental	-Si -No	Nominal
		Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	-Comunicación -Confianza Retroalimentación -Ninguno	Nominal
		Principales factores para la calidad de servicio	-Atención personalizada -Rapidez en la entrega del producto -Las instalaciones -Ninguna	Nominal
		La atención que brinda a los clientes	Buena -Mala Regular	Nominal
		Consideraciones de brindar una mala atención al cliente	-No tiene suficiente Personal. -Por una mala organización de los trabajadores. -Si brindan una buena atención al Cliente.	Nominal

		Resultados que obtuvo brindando una buena atención al cliente	-Clientes satisfechos -Fidelización de los clientes -Posicionamiento de la empresa -Incremento en las ventas.	Nominal
--	--	---	--	---------

Fuente. Elaboración propia

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario elaborado por 23 pregunta distribuidas en tres partes específicas: La primera constó de 5 preguntas dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas del comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote. La segunda constó de 4 preguntas dirigido a las características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote. La tercera constó de 14 preguntas relacionadas a las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Sin embargo este instrumento nos permitió recolectar información necesaria para la realización la investigación.

4.5 Plan de Análisis

En la presente investigación se aplicó las encuestas elaboradas y estructuradas a 79 micro y pequeñas empresas, con la finalidad de poder obtener la información necesaria que se requiere para poder desarrollar el trabajo de investigación. Teniendo ya la información se procedió a utilizar el programa SPSS, para codificar y procesar los datos obtenidos presentándose los resultado en tablas de contingencia, para analizar si las variables gestión de calidad en atención al cliente están correlacionadas e influyen una sobre la otra, luego se elaborara los gráficos circulares que permitirán visualizar la distribución de los datos en las categorías que fueron objeto de análisis dentro de la investigación, los gráficos circulares que nos sirven como anexos en nuestra investigación, así mismo también se utilizó uso de programas de Word y Microsoft Excel, que cuentan con funciones de conteo sistemático estableciéndose y por último utilizar el sistema de PDF para evitar para evitar distorsiones para la presentación y evaluación del jurado de investigación.

4.6 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN				
		Variables	Población y Muestra	Métodos	Técnicas e instrumento	Plan de Análisis
¿Cuáles son los Principales características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018?	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del Sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p>	La Gestión de calidad en atención al cliente	<p>Población</p> <p>La población esta conformado por 79 Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano, del Distrito de Chimbote, 2018.</p>	<p>Diseño</p> <p>El diseño de la investigación fue no experimental, transversal-descriptivo.</p> <p>Fue no experimental</p> <p>Porque no se manipulo deliberadamente a la variable.</p>	<p>Técnicas</p> <p>Encuesta</p>	<p>Para el presente estudio de investigación se utilizó el programa Microsoft Word, Excel, para el desarrollo de las tabulaciones de esta manera para las figuras de la investigación.</p>
	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Describir las Características de los Representantes en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p>		<p>Muestra</p> <p>La muestra de la investigación esta conformada por 79 micro y pequeñas empresas.</p>			

Continua

PROBLEMA	OBJETIVOS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN				
¿Cuáles son los Principales características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejorar en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018?	Objetivos Específicos -Definir las Características en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. -Conocer las Características de la gestión de calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. -Elaborar y proponer un plan de mejora de la gestión de calidad en atención al clientes para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.	Variables	Población y Muestra	Métodos	Técnicas e instrumento	Plan de Análisis
		La Gestión de calidad en atención al cliente.	Población La población esta conformado por 79 Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano, del Distrito de Chimbote, 2018. Muestra La muestra de la investigación esta conformada por 79 micro y pequeñas empresas.	Diseño transversal Se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente. Fue diseño descriptivo Porque se describió las características más relevantes de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de equipos de cómputo casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018.	Técnicas Encuesta Instrumento Cuestionario	Para el presente estudio de investigación se utilizó el programa Microsoft Word, Excel, para el desarrollo de las tabulaciones de esta manera para las figuras de la investigación.

Fuente. Elaboración propia

4.7 Principios Éticos

La investigación se elaboró bajo los principios éticos de confidencialidad, confiabilidad, Respeto, dignidad de las personas, justicia, consentimiento informado, respeto a la persona humanar, integridad científica. Estos principios los más resaltantes para llevar a cabo una buena investigación.

Protección a las personas

En la investigación realizada se trabaja con personas, en las cuales se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

Beneficencia y no maleficencia

En la investigación realizada se asegura el bienestar de las personas la participación de la cada uno, es decir la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales, no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios en ellos.

Justicia

En el trabajo de investigación cada investigador debe tener en cuenta las precauciones las personas para poder asegurar de sus sesgos, Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

Confidencialidad

Es uno de los principios más importantes porque la información presentada en la investigación fue elaborada de forma directa, con datos reales, además de utilizar consultas de diferentes autores, como en los libros virtuales, revistas, tesis, que presentan la seguridad de la información plasmada en la investigación.

Consentimiento informado

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

Respeto a la persona humana

El respeto por las personas es uno de los principios fundamentales de la investigación: Es el reconocimiento de una persona como un ser autónomo, único y libre. También significa que reconocemos que cada persona tiene el derecho y la capacidad de tomar sus propias decisiones.

Integridad científica

La integridad rige no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, se mantiene la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

V. Resultados

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los Representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Características de los representantes	N	%
Edad		
18- 30 años	27	34.17
31- 50 años	51	64.56
51- a mas años	1	1.27
Total	79	100.00
Genero		
Masculino	73	92.41
Femenino	6	7.59
Total	79	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	4	5.06
Educación básica	6	7.59
superior no universitario	30	37.97
superior universitario	39	49.37
Total	79	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	20	25.32
Administrador	59	74.68
Total	79	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	31	39.24
4 a 6 años	24	30.38
7 a más años	24	30.38
Total	79	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresa del sector comercio rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Características de las mype	N	%
Tiempo de permanencia de la empresa		
0 a 3 años	22	27.85
4 a 6 años	20	25.32
7 a más años	37	46.84
Total	79	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	39	49.37
6 a 10 trabajadores	38	48.10
11 a más trabajadores	2	2.53
Total	79	100.00
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	9	11.39
No familiares	70	88.61
Total	79	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancias	74	93.67
Subsistencia	5	6.33
Total	79	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresa del sector comercio rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Característica de gestión de calidad y atención al cliente	N	%
Conocimiento del termino de gestión de calidad		
Si	75	94.94
No	4	5.06
Tengo cierto conocimiento	0	0.00
Total	79	100.00
Conocimientos de técnicas modernas		
Benchmarking	4	5.06
Atención al cliente	72	91.14
Empowerment	0	0.00
Las 5c	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	3	3.80
Total	79	100.00
Dificultades del personal		
Poco iniciativa	37	46.84
Aprendizaje lento	16	20.25
No se adapta a los cambios	5	6.33
Desconocimiento del puesto	3	3.80
Otros	18	22.78
Total	79	100.00
Técnicas del rendimiento del personal		
La observación	31	38.00
La evaluación	30	37.97
Escala de puntuación	2	2.53
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	16	20.25
Total	79	100.00
Gestión de calidad en la mejora del negocio		
Si	79	100.00
No	0	0.00
Total	79	100.00

Continúa...

Característica de gestión de calidad y atención al cliente	N	%
Gestión de calidad a ayuda alcanzar las metas		
Si	79	100.00
No	0	0.00
Total	79	100.00
Conocimiento del término de atención al cliente		
Si	79	100.00
Tengo cierto conocimiento	0	0.00
No	0	0.00
Total	79	100.00
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda		
Si	79	100.00
No	0	0.00
Total	79	100.00
La atención al cliente es muy fundamental		
Si	77	97.47
No	2	2.53
Total	79	100.00
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	34	43.04
Confianza	41	51.90
Retroalimentación	3	3.80
Ninguno	1	1.27
Total	79	100.00
Principales factores para la calidad al servicio que brinda		
Atención personalizada	46	58.23
Rapidez en la entrega de productos	29	36.71
Las instalaciones	3	3.80
Ninguno	1	1.27
Total	79	100.00

Continúa...

Característica de gestión de calidad y atención al cliente	N	%
La atención que brinda a los clientes		
Buena	61	77.22
Regular	18	22.78
Malo	0	0.00
Total	79	100.00
Consideraciones de brindar una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	46	58.23
Por una mala organización de los trabajadores	30	37.97
Si brinda una buena atención al cliente	3	3.80
Total	79	100.00
Resultados que obtuvo brindando una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	42	53.16
Fidelización de los clientes	33	41.77
Posicionamiento de la empresa	2	2.53
Incremento las ventas	2	2.53
Total	79	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresa del sector comercio rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Tabla 4

Elaboración y proposición de un plan de Mejora de la gestión de calidad en atención al cliente para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Lo cual se encuentra ubicado en la (p. 61 a 68).

Problemas encontrados	Surgimiento de problema	Acción de mejora	Responsable
Dificultad para implementar la gestión de Calidad	<ul style="list-style-type: none"> -Poca iniciativa de sus trabajadores. -No se adaptan fácilmente a los cambios que se realizan constantemente dentro de la mypes. -Desinterés por el tema de implementación de la gestión en la empresa. 	Incentivar y proponer capacitaciones pagadas sobre temas de gestión de calidad	Gerente general
Porque considera que se está dando una mala atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Por una mala organización de los trabajadores. - Personal no capacitado. - Falta de compromiso. - No tiene suficiente personal 	Contratación de nuevo personal con una adecuada capacitación, de tal manera se podrá brindar al consumidor el mejor servicio posible.	Gerente general /dueño

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1. Características de los Representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

-El 64.56% de los representantes tienen una edad entre 31 a 50 años, coincide con el trabajo de Paredes (2016) quien afirma que el 66.7% tiene una edad entre 31 a 50 años. Así mismo coincide con el trabajo de Ramos (2017) quien afirma que el 78.6 % de los encuestados tienen una edad entre 31 a 50 años. Contrasta con el trabajo de Maguiña (2016) quien afirma que el 100% de los representantes tienen entre 24 y 64 años. Este resultado demuestra que la mayoría de los representantes de las empresas de venta de equipos de cómputo del distrito de Chimbote, son personas adultas, con experiencia en el mercado.

El 92.41% son de género masculino, coincide con el trabajo de Maguiña (2016) quien afirma que el 60% de los encuestados son de género masculino, así mismo coincide con el trabajo de Paredes (2016) quien afirma que el 55.6 % son de género masculino, coincide también con el trabajo de Ramos (2017) quien afirma que el 92.9% de los encuestados son de género masculino. Este resultado determinó que la mayoría de representantes de las MYPEs dedicadas a la venta de equipos de cómputo del distrito de Chimbote son de género masculino.

-El 49.37% de los encuestados tienen grado de instrucción superior universitario, coincide con el trabajo de Maguiña (2016) quien afirma que el 30% de los encuestados tienen el grado de instrucción superior universitario, también coincide con el trabajo de Paredes (2016) quien afirma que el 55.6% tienen el grado de instrucción

universitario, así mismo coincide con el trabajo de Ramos (2017) quien afirma que el 71.4 % de los encuestados tienen grado de instrucción superior universitario. Este resultado verifico que la mayoría de representantes de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de equipos de cómputo son profesionales, que decidieron ser independientes y formar su propio negocio.

-El 74.68% de los encuestados se desempeñan como administradores, coincide con el trabajo de Paredes (2016) quien afirma que el 66.7% son gerentes –administradores de la empresa, Contrasta con el trabajo de Ramos (2017) quien afirma que el 52.7% de los encuestados desempeñan labor los dueños. Este resultado encontró que la mayoría de los representantes a cargo de las empresas dedicadas a la venta de equipos de cómputo en el distrito de Chimbote, son administradores del negocio.

-El 39.24% de encuestados afirman que tienen de 0 a 3 años desempeñándose en su cargo dentro de la empresa. Contrasta con el trabajo de Maguiña (2016) quien afirma que el 90% de los encuestados llevan a cargo más de 3 años en su puesto dentro de la empresa, también contrasta con el trabajo de Paredes (2014) quien afirma que el 100% de representantes tienen de 3 años a mas desempeñándose en su cargo, contrasta con el trabajo de Ramos (2017) quien afirma que el 57.2% tienen más de 7 años laborando en el mercado. En este resultado se encontró que la mayoría de los representantes de las empresas dedicadas a la venta de equipos de cómputo del distrito de Chimbote, son personas nuevas desempeñándose en el cargo.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

-El 46.84% de las mypes tienen de 7 años a más de permanencia en el mercado, coincide ligeramente con el trabajo de Paredes (2016) quien afirma que la mayoría de empresas tienen de 9 a más años en el mercado. Contrasta con el trabajo de Ramos (2017) quien afirma que el 21.4% de empresas son jóvenes en el mercado 0 a 3 años de permanencia en el mercado, así mismo contrasta con el trabajo de Paredes (2014) quien afirma que el 100% tienen más de 3 años de permanencia en la empresa. Este resultado dio a conocer que la mayoría de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de equipos de cómputo del distrito de Chimbote, tiene más de 7 años en el mercado, lo cual demuestra que la mayoría están posicionadas y tienen experiencia en el mercado.

-El 49.37% de empresas tienen de 1 a 5 trabajadores coincide con el trabajo de Ramos (2017) quien afirma que el 85.7 % de las empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores permanente, coincide también con el trabajo de Paredes (2016) quien afirma que el 55.6% de las empresas tienen de 1 a 3 trabajadores permanentes. Contrasta con el trabajo de Paredes (2014) quien afirma que el 50% de las empresas cuentan con 4 a 10 trabajadores. Este resultado revela que la mayoría de los micros y pequeñas empresas dedicadas a la venta de equipos de cómputo del distrito de Chimbote, tiene de 1 a 5 trabajadores dentro de sus empresas para obtener más clientes.

-El 88.61% de personas que trabajan en la empresa no son familiares de dueños, el 11.4% de las personas que trabajan en la empresa si son familiares, y el 11.39% son personas familiares del dueño de la empresa para quienes laboran. Este resultado

confirma que la mayoría de trabajadores de las mype dedicadas a la venta de equipos de cómputo son personas que no tienen ningún vínculo familiar con los dueños.

-El 93.67% de los encuestados afirman que el objetivo de creación de la empresa es para generar ganancias dentro del mercado, coincide con el trabajo de Paredes (2016) quien afirma que el 77.8% de las empresas tuvo como objetivo de creación generar ganancias, coincide también con el trabajo de Ramos (2017) quien afirma que el 92.9% tienen como objetivo generar ganancias, Asi mismo coincide también con el trabajo de Paredes (2014) quien afirma que el 70% de las empresas tienen como objetivo generar ganancias en sus empresas. Este resultado establece que la mayoría de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de equipos de cómputo tiene el mismo objetivo de generar ganancias.

Tabla 3. Características de la gestión de calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

-El 94.94% de los representantes encuestados si conocen el término de la gestión de calidad, y el 5.06% no conocen el término de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas. Este resultado enseña que la mayoría de las mype, dedicadas a la venta de equipos de cómputo si conocen el término de gestión de calidad, inclusive muchos de ellos lo aplican en sus actividades.

-El 91.14% tienen conocimiento de la técnica moderna de la atención al cliente, y el 5,06% conocen la técnica moderna de Benchmarking en el estudio. Este resultado manifiesta que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas

dedicadas a venta de equipos de cómputo, si conocen la técnica moderna de atención al cliente.

-El 46.84% de los representantes encuestados afirman que una de las dificultades al implementar la gestión de calidad es la poca iniciativa de sus trabajadores, y el 20.25% tienen dificultades al momento de implementar la gestión de calidad tienen un aprendizaje lento, y el 6.33% no se adaptan fácilmente a los cambios que se realizan constantemente, y el 3.80% tienen un desconocimiento al puesto, y por último el 22.78% tienen otro tipo de dificultades en las mype. Este resultado indica que la mayoría de las no implementan la gestión de calidad, por la poca iniciativa del personal, debido a que se resisten al cambio.

-El 39.24% de los encuestados conocen la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, mientras que el 38.0% de los encuestados conocen la técnica de evaluación, y el 20.3% conocen otras técnicas del rendimiento del personal. Este resultado comprueba que la mayoría de las mype encuestada, conocen la técnica de la observación, lo cual indica que son pocas las mype que emplean evaluaciones a sus trabajadores.

-El 100% de las mype encuestados afirman que gestión de calidad mejora el negocio. Este resultado expone que la totalidad de los representantes de las mype, están de acuerdo que la gestión de calidad si contribuye en la mejora del negocio, generando mayor rentabilidad y competitividad en el mercado.

-El 100% de los encuestados creen que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la empresa. Este resultado demuestra que la totalidad de los

representantes de las mype están de acuerdo que la gestión de calidad ayuda a alcanzar las metas y objetivos trazados de la empresa, algunos de ellos por experiencia propia.

-El 100% de los encuestados conocen el termino de atención al cliente, coincide con el trabajo de Romero (2018) quien afirma que la totalidad de los encuestados si conocen el termino de atención al cliente. Se obtuvo que la totalidad de los representantes de las micros y pequeñas empresas si conocen el término de atención al cliente, debido a que la gran mayoría se dedica a la atención del negocio.

-El 100% de los micros y pequeñas aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda. Este resultado corrobora que la totalidad de las mype aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda, lo cual hace que los clientes se sientan satisfechos con el servicio que brindan.

-El 97.47% de los encuestados creen que gestión de calidad es fundamental para la empresa, y el 2,53% creen que no es muy importante y no muy fundamental para empresa la gestión de calidad. En este resultado se evidencia que la mayoría de las MYPE, estan de acuerdo que la atención al cliente es fundamental para que los clientes regresen al establecimiento y para el éxito de la organización.

-El 51.90% de las mypes, emplean la herramienta de confianza, y el 43.03% utilizan la comunicación como un servicio de calidad dentro de las mypes, y el 3.80% una retroalimentación, y el 1.27% no utilizan ninguna de estas alternativas como una herramienta de mayor confianza y de calidad. Este resultado expone que la mayoría de las mypes emplean la confianza para poder tener una mejor relación con los clientes y así demostrar empatía, para que puedan volver al establecimiento.

-El 58.23% de los principales factores para la calidad del servicio es la atención personalizada, coincide con el trabajo de Riofrío (2017) quien afirma que el 76.92% de los representantes de las empresas tratan de manera personalizada a sus clientes. Este resultado presenta que la mayoría de las mypes, tratan de manera personalizada a sus clientes, lo cual hace que su servicio sea de calidad y más eficiente.

-El 77.22% de los encuestados afirman que la atención que brindan es buena, mientras que el 22.78% afirman que la atención que brindan dentro de sus empresas es regular. En este resultado se puede deducir que la mayoría de las, mypes, realizan una buena atención al cliente, lo cual les ha permitido mantenerse en el mercado obteniendo más clientes fieles y tener más competencias dentro del mercado.

-El 58.23% considera que una mala atención al cliente se debe porque no tienen suficiente personal, mientras que el 38.0% consideran que se da por una mala organización de los trabajadores, y el 3.85% de los encuestas consideran que se da una buena atención al cliente en las micro y pequeñas empresas. Se afirma que la mayoría de las MYPE, creen que una mala atención al cliente se pueda ocasionar cuando exista mucha demanda en el mercado y no tenga suficiente personal, para poder atender la demanda.

-El 53.16% de los encuestados obtuvieron clientes satisfechos, como resultado de una buena atención, coincide con el trabajo de Riofrío (2017) quien afirma que 100% de clientes se sienten satisfechos con el servicio que brindan. Este resultado expresa la mayoría de las mypes, si brindan una buena atención al cliente y como resultado obtienen clientes satisfechos, que muchos de ellos regresan con frecuencia a comprar los productos que ofrecen su empresa.

PLAN DE MEJORA PARA VENTA DE EQUIPO DE CÓMPUTO CASCO URBANO CHIMBOTE

1. Datos generales

RAZON SOCIAL: Mype de ventas de equipos de cómputo

GIRO DE LA EMPRESA: Comercio

DIRECCION: Casco Urbano Chimbote

2. Misión

Brindar a nuestros clientes el mejor de los productos a través del mejor de los servicios.

3. Visión

Llegar a ser la empresa con mayor éxito en el rubro de venta de equipos de cómputo cumpliendo con todas las exigencias del cliente

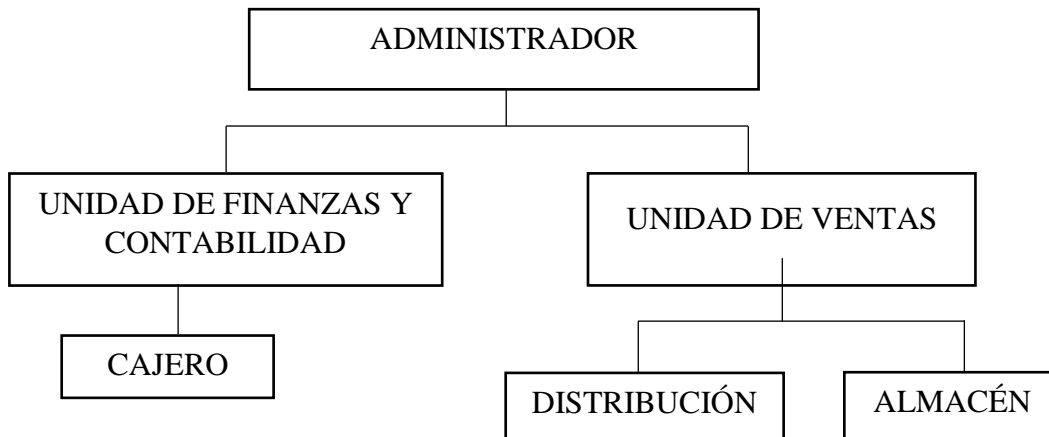
4. Objetivos

- Ser identificados como la mejor empresa de venta de computadores
- Cumplir con los tiempos establecidos de entrega del producto
- Respetar la participación activa de los clientes.
- Lograr fidelización de los clientes

5. Producto o servicio

Mouse, teclado, impresora, cd, disco duro, computadora, monitores, pc, usb, auriculares, casetts, cargadores, parlantes, cámaras, teclados, micrófonos, baterías, Cables, adaptadores, coolers, maletines, fundas, lectores grabadores.

6. Organigrama de la empresa



6.1 Descripción de funciones

CARGO	ADMINISTRADOR
PERFIL	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios universitarios en administración ser. • Lic. en administración de empresas. • Experiencia en manejo de personal y comunicación con el cliente intenso y extenso.
FUNCIONES	Su función es controlar todas las diferentes actividades y acciones que se realizan en diferentes áreas de venta de equipo de cómputo.

CARGO	CONTADOR
PERFIL	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios universitarios • Haber realizado su colegiado.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer y hacer cumplir las especificaciones de los diferentes módulos operativos, tales como contabilidad, finanzas, compras y etc. • Preparar, analizar y presentar los estados financieros de la empresa. • Diseñar, proponer e implementar los controles internos necesarios para asegurar la transparencia y buena ejecución de los distintos procesos. • Colaborar en la planeación y diseño de nuevos productos. • Colaborar con la coordinación y negociación de proveedores. • Coordinación la formulación de repuestos y reportes que se le solicite.

CARGO	CAJERO
PERFIL	<ul style="list-style-type: none"> • Tener mínimo bachiller. • Experiencia • Imagen cuidada
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Autocontrol • habilidad social • Agilidad numérica • Orientación al cliente

CARGO	DISTRIBUCIÓN
PERFIL	Lic. administración
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • La previsión de la actividad de los logísticos • El almacenamiento • El traslado de mercancías de un lugar a otro del almacén de los recursos y equipos necesarios. • La preparación de los pedidos.

CARGO	ALMACÉN
PERFIL	Lic. en administración ing. industrial.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Control de inventarios • Manejo de personal • Carga y descarga de producto • Logística de entregas • supervisar las instalaciones de materiales

7. Diagnostico General

	Oportunidades	Amenazas
Análisis FODA de venta de equipo de cómputo.	Gran número de clientes que demandan productos de computo.	Competencia alta, muchas tiendas alrededor.
Fortalezas	F-O	F-A
<p>Posicionamiento en el mercado</p> <p>Clientes habituales.</p> <p>La gran mayoría de los equipos que se ofrecen en esta empresa poseen la característica esencial de ser los más económicos respecto a los de las otras empresas.</p>	<p>Aumentar las ventas aprovechando que estamos posicionados en el mercado y a la gran demanda de mercado se ideara estrategias.</p>	<p>Contrarrestar a la competencia usando a nuestros clientes habituales como promotores de publicidad del negocio.</p>
Debilidades	D-O	D-A
<p>Poco personal y a su vez son nuevos.</p> <p>Trabajadores con menos experiencia en la venta de los equipos de cómputo.</p>	<p>Aprovechar la gran demanda para poder capacitar a los trabajadores para que el servicio sea el mejor.</p>	<p>Convertir a nuestro poco personal en los mejores, siendo distintos a los que estan en nuestro alrededor.</p>

8- Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la MYPE
Calidad del servicio	Tiene dificultades ya que existe una carencia de personal en la organización
Personal del negocio	Tiene problemas para adaptarse al aprendizaje nuevo en la empresa debido a la poca iniciativa que se refleja de su parte.

9. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Calidad del servicio	Carencia de personal	Las empresas suelen contratar a mano de obra inexperta como consecuencia de ahorros gastos.
Personal del negocio	Poca iniciativa de aprendizaje	Falta de motivación en los trabajadores por parte de las organizaciones.

10. Causas

CAUSAS
<ul style="list-style-type: none">• Escasez de capacitaciones• Insatisfacción de sueldos• Mala comunicación de funciones• Desmotivación laboral• Incumpliendo de las actividades• Clima de trabajos adversos• Poca iniciativa de aprendizaje en el personal• Mala planificación laboral• Incumplimiento de funciones• Alta rotación del personal• Mal funcionamiento de las áreas de la empresa• Irresponsabilidad del trabajador• Personal inadecuado

11. Restablecer soluciones

11.1 Establecer acciones

Indicadores	Problema	Causas	Acción de mejora
Dificultad para implementar la gestión de Calidad	-El 46.84% de los representantes encuestados afirman que una de las dificultades al implementar la gestión de calidad es la poca iniciativa de sus trabajadores, el 20.25% tienen dificultades al momento de implementar la gestión de calidad tienen un aprendizaje lento, y el 6.33% no se adaptan fácilmente a los cambios que se realizan constantemente, y el 3.80% tienen un desconocimiento al puesto, y por último el 22.78% tienen otro tipo de dificultades en las mype.	Poca iniciativa de sus trabajadores.	Incentivar y proponer capacitaciones pagados sobre temas de gestión de calidad.
Consideraciones de brindar una mala atención al cliente	-El 58.23% considera que una mala atención al cliente se debe porque no tienen suficiente personal. mientras que el 380% consideran que se da por una mala organización de los trabajadores, el 3.85% de los encuestas consideran que se da una buena atención al cliente en las mciro y pequeñas empresas	Personal insuficiente	Contratación de nuevo personal con una adecuada capacitación, de tal manera se podrá brindar al consumidor el mejor servicio posible.

12. Recursos para la implementación de las estrategias

- Humanos
- Económicos
- Tecnológicos

N°	Estrategia	Recursos			Tiempo
		Humanos	Económicos	Tecnológicos	
1	Capacitar e incentivar al personal	Profesional experto en temas en gestión de calidad y trabajador de la empresa.	s/ 1500	-Proyector -Trípticos -Publicidad	3 Días
2	Contratar personal	Nuevos trabajadores (2)	s/ 1050	-Folletos (50) -Anuncios en Radio - Computadoras	3 Meses

Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Julio	Agosto	Septiembre
1	Capacitar e incentivar al personal	01- 07-19	03 -07-19			
2	Contratar personal	01-07-19	01 -10-19			

VI CONCLUSIONES

La mayoría de las mype encuestadas la edad de sus representantes es de 31 a 50 años la mayoría absoluta, donde son de género masculino de mayoría absoluta, donde también desempeñan el cargo solo como administradores de mayoría absoluta, donde la minoría de las mype tienen un grado de instrucción súper universitario, además tienen de 0 a 3 años desempeñándose en el mercado de manera minoría. Esto es muy fundamental para la empresa porque podrá llegar a cumplir las metas que son trazadas por la empresa y más aun con los trabajadores bien capacitados. Este resultado muestra que las empresas tengan más competencias porque la edad de sus representantes son mayormente personas que tienen más experiencia dentro de la empresa, esto ayuda a que las empresas tengan más competencias en dentro del mercado en lo que es la venta de equipos de cómputo, así mismo las personas que trabajan son personas masculinas que saben elaborar muy bien sus trabajos, además es muy importante que la empresa cuente con trabajadores con estudios súper universitarios porque esto ayuda a no tener muchos conflictos en dentro de la empresa al momento de realizar sus trabajos a pesar de que la empresa tenga menos años laborando en el mercado.

La mayoría de las mype encuestadas afirman tienen 7 años a más desempeñándose en el mercado, en lo cual también afirman que la minoría de la mype en número de los trabajadores es de 1 a 5 años, la mayoría de las mype, en lo cual las personas que trabajan en la empresa no son familiares, en lo cual también afirman que el objetivo de creación de la empresa es generar ganancias en el mercado de mayoría absoluta. Esto es muy importante para cada mype porque prefieren tener un personal bien capacitado para así cumplir con sus objetivos. Este resultado demuestra que las empresas a pesar de tener muchos años laborando en el mercado sus metas es generar

gancias y tener muchos competidores dentro del mercado, en el mismo rubro que viene ser venta de equipo de cómputo, estas empresas cuentan con pocos trabajadores, si bien es cierto tener muchos trabajadores muchas veces la empresa no tiene éxitos, en este caso en tener pocos trabajadores en dentro de la empresa no afecta a estas empresas porque estos trabajadores estan muy comprometidos en realizar bien sus responsabilidades en la empresa.

La totalidad de las mype encuestadas afirman que gestión de calidad mejora el negocio en las empresas, asi mismo la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, también conocen del término de atención al cliente, finalmente las mype aplica la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes en todos los momentos. La mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas encuestadas nos confirman que si conocen el término de gestión de calidad, tienen el conocimiento de la técnica moderna de la atención al cliente, para las empresas la gestión de calidad es muy fundamental, para la mayoría las mype emplean la herramienta que viene ser la confianza en su clientes, los principales factores para la calidad del servicio que brinda al cliente es una atención personalizada, asi mismo la mayoría de las mype nos confirman que la atención que brinda a sus clientes es buena, culminando las mype consideran que se da un mala atención al cliente esto es debido porque no tiene suficiente personal, por último los resultados que obtuvieron las mype brindando un buena atención al cliente es clientes satisfechos. Finalmente la minoría de las mype afirma que la dificultad que tiene los trabajadores es en poca iniciativa, donde se miden el rendimiento del personal atraves de la técnica de observación. Este resultado demuestra que la mayoría de las empresas en el mercado si conocen lo que es gestión de calidad, esto favorece a la empresa a no tener riesgos,

teniendo una comunicación, confianza con sus trabajadores, atraes de la encuesta su pudo observar que las empresas tiene problemas en tener un poco iniciativa en sus trabajos, esto afecta a la empresa porque los trabajadores deberían tener más seguridad más confía con su líder para no tener conflictos donde las empresas deberían ver el desenvolvimiento de los trabajadores con una práctica constante para esto es muy importante que exista mucha comunicación, en dentro de la empresa con todos los trabajadores y que sean sobre todo comprometidos con sus labores, si en dentro de la empresas los trabajadores no estan comprometidos entonces la empresa tendría muchos riesgos con us actividades al momento de realizar, lo que debería hacer la empresa es capacitar muy bien a sus trabajadores, tener liderazgo, etica, empatía para que la empresa tenga éxito y que no tenga conflicto en sus rubro. Asi mismo es de mucha importancia conocer la gestión de calidad y por ende deberían aplicarlo en sus empresa, que la empresa tenga muchos éxitos con sus negocios, porque si bien es cierto brindar una buena atención al cliente ayuda a que la empresa se caracterice por ello, y obtener clientes fieles, tener más clientes en el negocio, una buena atención al cliente hace que la empresa crezca cada dia mas y tener más competencias porque hoy en dia las empresas se cateterizan mayormente por ello por lo que brinda al cliente.

Se elaboró un plan de mejora en base a los resultados para poder buscar las estrategias adecuadas para mejorar la gestión de calidad en atención al cliente para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

RECOMENDACIONES

Elaborar un plan de capacitación para todos los trabajadores de las micro y pequeñas empresas de venta de equipos de cómputo motivando a los trabajadores para poder mejorar sus capacidades interpersonales e intrapersonales esto beneficiara a la empresa para poder agilizar los procesos establecidos en atención al cliente de esta manera se cumplirá con las metas trazadas por la organización y tener más competencia en el mercado.

Realizar campañas de publicidad a través de las redes sociales, página web haciéndoles conocer los productos que ofrecen a los clientes, teniendo en cuenta que sus trabajadores les brinda una buena atención al cliente.

Contratar personal competente e incentivar el sentido de permanencia y la responsabilidad de su trabajo, mejorando las capacitaciones a los empleados.

Implementar el plan de mejora propuesto en el trabajo de investigación de ventas de equipos de cómputo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Blanco, G. Lobato, G. & Lobato, V. (2013). *Comunicación y atención al cliente.*

Recuperado de

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=201&docID=3217294&tm=1527302460110>

Cabrera, F. (17 de julio de 2016) *Las pequeñas y medianas empresas son el corazón*

productivo de la Argentina. La Nación. Recuperado de:

<https://www.lanacion.com.ar/economia/las-pequenas-y-medianas-empresas-son-el-corazon-productivo-de-la-argentina-nid1918969>

Chamorro, S. (14 de abril de 2016). *10 claves para mejorar la atención al cliente en*

tu empresa. Deusto formación. Recuperado de

<https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>

Cortés, J. M. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (Iso 9001:2015).* Recuperado de

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=1&docID=5349794&tm=1527300609297>

Galdón, B (22 de mayo de 2014) *La pequeña y mediana empresa, motor de la*

economía española. Mibolsillo: 20 minutos. Recuperado de:

<https://www.20minutos.es/noticia/2144813/0/pyme/economia/espana/>

González, M (2017). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo: uf0049.*

Recuperado de

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=24&docID=5308206&tm=1527301203244>

Gomero, N (19 febrero de 2018) *Las micro y pequeñas empresas en Anchas.*

Economía: la república. Recuperado de:

<https://larepublica.pe/economia/1199666-campana-escolar-2018-58-de-mypes-confia-en-que-ventas-seans-mayores-a-las-del-ano-pasado>

Herrera, B (s.f) *Objetivos de un Sistema de Gestión de Calidad.* Calidad & Gestión.

Recuperado de: http://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/47_objetivos_calidad.html

López, G. Pérez, F. & Pérez, H. (2013). *Comunicación y atención al cliente: grado superior.*

Recuperado de

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=31&docID=3212252&tm=1527303207352>

Lobato, K (2015) *Departamento de atención al cliente.* Empresa actual. Recuperado

de: <https://www.empresaactual.com/departamento-de-atencion-al-cliente/>

Maguiña, Y (2016) *Caracterización del financiamiento y capacitación de las micro y*

pequeñas empresas del sector comercio – rubro abastecimiento de equipos de

cómputo – Chimbote, 2014. (Tesis de pregrado). Universidad Católica los

Angeles de Chimbote. Perú. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000042138>

Ongallo, C (2012) *La atención al cliente y el servicio postventa.* Recuperado de

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=11&docID=3228656&tm=1527352680622>

Parreño, B (2013) *Análisis comparativo de herramientas de software libre y aplicación básica en la automatización de procesos en la gestión de atención al cliente y seguimiento de proveedores. Caso de estudio: tecsinfo s.a.* (Tesis de Maestría de Gerencia de Tecnologías de la Información) Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6220/T-PUCE-6395.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Paredes, A (2016) *Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de suministros de cómputo, galerías shopping center, distrito de chimbote, año 2013.* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Angeles de Chimbote Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041249>

Paredes, D (2014) *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las mypes del sector comercio - rubro compra y venta de equipos de cómputo, accesorios, suministros y servicio técnico, del Distrito de Chimbote, periodo 2010-2011.* (Tesis de pregrado) Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036129>

Pérez, L (2 de junio de 2017) *Principales indicadores socioeconómicos de Brasil.* SEBRAE. Recuperado de: <https://www.oitcinterfor.org/instituci%C3%B3n-miembro/servicio-brasile%C3%B1o-apoyo-micro-peque%C3%B1as-empresas-sebrae>

- Ramos, G (2017) *Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo y accesorios, ciudad de Chimbote, 2014.* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045655>
- Rivera, K (04 de julio de 2014) *Característica de la MYPE.* SCRIBD. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/59304158/Definicion-mype>
- Riofrío, S (2017) *Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las mype comercializadoras rubro equipos de cómputo del centro de Piura, año 2016.* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043112>
- Romero, D (2018) *Gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de aparatos y equipos de uso doméstico de la ciudad de Huaraz, 2017.* (Tesis de pregrado) Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000046177>
- Roquel, L (de Febrero de 2015) *Funciones de comunicación.* Slideshare. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/lucyroquel/funciones-de-la-comunicacion>
- Serna, H (6 de Mayo de 2015) *Servicio de atención al cliente.* Recuperado de: <http://importacionesan.blogspot.com/2015/06/marco-teorico.html>

Sanchez, B (2014) *Las mypes en Perú. su importancia y propuesta tributaria. Revista peruana de investigación de las mypes.* 1(1). Recuperado de:
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433/4665>

Sanchez, L (2015) *La gestión financiera, el control interno y los tributos y su influencia en los resultados de gestión de las empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y equipos de cómputo en la ciudad de Piura año 2014. (Tesis pregrado).* Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Perú.
Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039053>

ANEXOS

Anexo 1: Esquema de cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																						
N°	Actividades	Año 2018								Año 2019								Año 2020				
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller Cocurricular				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3		
1	Elaboración del Proyecto	x																				
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		x																			
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			x																		
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				x																	
5	Mejora del marco teórico					x																
6	Redacción de la revisión de la literatura.						x															
7	Elaboración del consentimiento informado							x														
8	Ejecución de la metodología								x													
9	Resultados de la investigación									x												
10	Conclusiones y recomendaciones										x											
11	Redacción del pre informe de Investigación.											x										
12	Reacción del informe final												x	x								
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														x							
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															x						
15	Redacción de artículo científico																x					
16	Revisión del informe de tesis y artículo científico																	x				
17	Pre banca																			x		
18	Sustentación del informe final																				x	

Anexo 2: Esquema de presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categorías	Base	% Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	25.00	3	75.00
• Fotocopias	20.00	2	40.00
• pensiones	240.00	4	960.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	10.00	2	20.00
• Lapiceros	2.5	3	7.5
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			1, 202.5
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	15.00	3	45.00
Sub total	362.5		
Total de presupuesto desembolsable			1,247.5
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categorías	Base	% Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	1	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	218.00		252.00
Total presupuesto no de desembolsable			904.00

Anexo 3: Consentimiento Informado

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE EQUIPOS DE CÓMPUTO, CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2018

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar Gestión de Calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

Participación

Para ello, se está pidiendo su participación en el estudio, si usted acepta, quiere decir que el investigador le ha indicado a usted de forma verbal, así como escrita lo siguiente: los pasos a seguir, riesgos, beneficios, confidencialidad y preguntas resueltas.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es investigar acerca Gestión de Calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la Gestión de Calidad en atención al cliente para su micro y pequeñas empresas.

Riesgos, incomodidades y costos de su participación

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasará por riesgos identificados, por lo que se ha planteado que usted ni su empresa no tendrá mayor riesgo que la población general. El estudio no tendrá costo para usted. En todo momento se evaluará si usted se encuentra en posición de poder hacer uso de la palabra, su negativa a no participar en el estudio, será respetada.

Beneficios

Se ha planteado en los participantes, unas recomendaciones y un plan de propuesta de mejora sobre la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente para su micro o pequeña empresa.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial, los nombres y apellidos de cada participante quedará a custodia del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Problemas o preguntas

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Nuevo Chimbote, Perú. Estudiante Basilio Baltazar Santosa María. El celular: 913586073 o al correo: shantu_tauro2504@hotmail.com. Y si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la escuela de administración 350190. E-mail escuela_administracion@uladech.com.pe

Consentimiento / Participación voluntaria

Por lo expuesto comprendo que seré parte de un estudio de investigación. Sé que mis respuestas a las preguntas serán utilizadas para fines de investigación y no se me identificará

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas, y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mí, como derecho como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Nombre participante

Firma Participante

Nombre del investigador

Firma del investigador

Fecha

hora

Anexo 4: Cuadro de sondeo

Para el desarrollo de la investigación se tomó en cuenta una población y muestra de 79 miró y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Nº	NOMBRE DE LAS EMPRESAS DE VENTA DE EQUIPOS DE COMPUTO	UBICACIÓN
1	Galería Shopping Center	Jr. Ladislao espinar nº 429 - 433 casco urbano
2	Gtc. grupo t comunica. S.A.C	Av. Víctor haya de la torre nº 625- casco urbano
3	Multiservicios “teccell”	Av. Víctor haya de la torre nº 542- casco urbano
4	Infonorte global business E.I.R.L	Jr. Ladislao espinar nº 429 interior 106 - casco urbano
5	JC tecnologías	Jr. Ladislao espinar nº 408 interior 400-A casco urbano
6	Representaciones letsa	Jr. Alfonso Ugarte nº 561 casco urbano
7	Telecomunicaciones AD	Jr. Elías Aguirre nº 270 casco urbano
8	Telecomunicaciones Kawi peruvi	Av. Francisco Bolognesi nº 622.2 casco urbano
9	Rositel	Jr. Ladislao espinar nº 583- casco urbano
10	El americano	Jr. Manuel Ruiz nº 330 interior 6- casco urbano
11	Gamytech	Jr. Manuel Ruiz nº 631 interior stand 27 chic galerías- casco urbano
12	Bemast E.I.R.L	Jr. Alfonso Ugarte nº 527- casco urbano
13	Compumarket regional S.R.L	Jr. Espinar nº 429 interior 108- casco urbano
14	Grupo company S.R.L	Av. jose pardo nº 660- 660- casco urbano
15	Diserta E.I.R.L	Av. jose Bolognesi nº 637- casco urbano
16	Grupo Infonorte S.A.C	Jr. Ladislao espinar nº 433 interior nº 106 - casco urbano

17	Negocios y servicios nisse	Jr. Leoncio prado n° 660 interior 408- casco urbano
18	Marcimex	Jr. Elías Aguirre n° 323- casco urbano
19	Microtech Service	Jr. Ladislao espinar n° 429 interior B - casco urbano
20	Cjaras computer	Jr. L. espinar n° 429 interior 205- casco urbano
21	Syscom	AV.V.R.H.de la torre n° 720 interior B- casco urbano
22	Grupo F Y C. S.A. C	Jr. Enrique Palacios n° 423- casco urbano
23	Comunicaciones VJ	Jr. Manuel Villavicencio n° 239- casco urbano
24	Copiers house	Jr. Ladislao espinar n° 428 interior 04- casco urbano
25	Working	Jr. Manuel Ruiz n° 292 casco urbano
26	J Y E telecomunicaciones E.I.R.L	Jr. Manuel Ruiz n° 330 interior 6A- casco urbano
27	Bex	Av. Jose Pardo n° 799- casco urbano
28	Mayumi computer	Jr. Ladislao espinar n° 429 interior 111- casco urbano
29	Ago inversiones S.R.L	Jr. Ladislao espinar n° 440 casco urbano
30	Cisesac	Jr. Manuel Villavicencio n° 444- casco urbano
31	3G technology	Jr. Manuel Ruiz n° 384 casco urbano
32	Etrosystem	Jr. Ladislao espinar n° 428 interior 10- casco urbano
33	Hardware & software	Jr. Ladislao espinar n° 423 casco urbano
34	Multiservicios Meuly II	Jr. Manuel Ruiz n° 4 stand 7B- casco urbano
35	Telemark`s	Jr. Elías Aguirre n° 275- casco urbano
36	Servi mary	Jr. Ladislao espinar n° 428 interior 11- casco urbano
37	Comercial san Felipe	Av. Jose Pardo n° 665 - casco urbano

38	Multiservicios velor	Jr. Elías Aguirre n° 256- casco urbano
39	Multiservicios de computo	Jr. Enrique Palacios n° 501- casco urbano
40	Multiservicios Jomi	Av. Jose Gálvez n° 377 interior 18 casco urbano
41	Centro comercial varillas	Av. Víctor Raúl Haya de la n° 773 interior 101- casco urbano
42	Ecotécnicos	Jr. Ladislao espinar n° 429 interior 201- casco urbano
43	Compurey	Jr. Ladislao espinar n° 429 interior 13A- casco urbano
44	Informática NYF tecnologías	Jr. Ladislao espinar n° 400 casco urbano
45	Multiservicios AXA	Jr. Elías Aguirre n° 287- casco urbano
46	Grupo technology services D S.A.C	Jr. Ladislao espinar n° 428 interior 5. casco urbano Chimbote
47	Computer Service	Jr. Ladislao espinar n° 404 casco urbano
48	Las tres BBB	Av. Jose Gálvez n° 265- casco urbano
49	T. world	Jr. Ladislao n° 429 interior 101-A- casco urbano
50	Negocios y actividades empresariales	Jr. Elías Aguirre n° 643- casco urbano
51	Compuyess	Av. Jose Pardo n° 773 Oficina 101- casco urbano
52	Digital master	Jr. Elías Aguirre n° 550- casco urbano
53	Computer house	Av. Jose Pardo n° 612 -casco urbano
54	Suministros J.B	Av. Jose Pardo n° 432 casco urbano
55	Computel	Av. Jose Pardo n° 348 interior 07- casco urbano
56	Tech Peru	Jr. Ladislao espinar n° 453 casco urbano
57	Inversiones tous E.I.R.L	Jr. Manuel Villavicencio n°265- casco urbano
58	Compusol	Jr. Ladislao espinar n° 429 interior 114B- casco urbano

59	Compunegocios	Jr. Ladislao espinar n° 429 interior 114 - casco urbano
60	Representaciones Likabsa S.R.l	Jr. Enrique palacios n° 427- casco urbano
61	Markatel comunicaciones	Jr. Manuel Ruiz n° 224 - casco urbano
62	Plustelecom	Jr. Elías Aguirre n° 341- casco urbano
63	Compumex	Jr. Ladislao espinar n° 429 interior 114 - casco urbano
64	Inversiones ritel S.R.L	Av. Víctor Raúl Haya de la n° 568 - casco urbano
65	Gomex import S.A.C	Av. Víctor Raúl Haya de la n° 798 - casco urbano
66	Negocios y representaciones innova S.A.C	Jr. Ladislao espinar n° 429 interior 101A - casco urbano
67	Servicios generales NE & AL E.I.R.L	Jr. Enrique palacios n° 529-casco urbano
68	Compu games	Jr. Ladislao espinar n° 428 interior 08- casco urbano
69	PCS world S.R.L	Jr. Manuel Villavicencio n° 513- casco urbano
70	Cyber ch service G & C S.A.C	Jr. Ladislao espinar n° 529 - casco urbano
71	A & P Sqlutions	Jr. Enrique palacios n° 244 – casco urbano
72	Servicios múltiples sheyla S.A.C	AV. Pardo n° 613 - casco urbano
73	JJ & J. Com	Jr. Ladislao espinar n° 428 interior 07 - casco urbano
74	Omniversit	Jr. Manuel ruiz n° 394 – casco urbano
75	Inversiones Gerdace B & P E.R.L	Jr. Manuel Villavicencio n° 316 interior B - casco urbano
76	Lak trading	Jr. Ladislao espinar n° 428 interior 301 - casco urbano
77	Compumas servicios integrales S.A.C	Jr. Ladislao espinar n° 429 interior 504 - casco urbano
78	First computer	Jr. Ladislao espinar n° 424 interior 14 - casco urbano
79	Inversiones y servicios Saldaña E.R.L	Av. Bolognesi n° 634 – casco urbano

Anexo 5: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:

Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.GENERALIDADES

1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 a más años

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica
- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Número de Trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD 2.1.GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente
- c) Empowerment
- d) La 5 s

- e) Outsourcing
- f) otros
- g) Ninguno

12. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) Otros

14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

- a) Si
- b) No

15. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la Empresa?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el término atención al cliente?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

17. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?

- a) Si

- b) No
- c) A veces

18. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?

- a) Si
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

- a) Comunicación
- b) Confianza
- c) Retroalimentación
- d) Ninguno

20. Principales factores que para la calidad al servicio que brinda.

- a) Atención personalizada
- b) Rapidez en la entrega de los productos
- c) Las instalaciones
- d) Ninguna

21. La atención que brinda a los clientes es:

- a) Buena
- b) Regular
- c) Malo

22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente

- a) No tiene suficiente personal.
- b) Por una mala organización de los trabajadores.
- c) Si brindan una buena atención al cliente.

23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.

- a) Clientes satisfechos
- b) Fidelización de los clientes
- c) Posicionamiento de la empresa
- d) Incremento en las ventas

Anexo 6: Tabulaciones

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Edad	-De 18 a 30 años	III III III III III II	27	34.17
	-De 31 – 50 años	III III III III III III III III III III I	51	64.56
	-De 51 a más años	I	1	1.27
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Genero	-Masculino	III III III III III III III III III III III III III III III	73	92.41
	-Femenino	III I	6	7.59
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Grado de instrucción	-Sin instrucción	III	4	5.06
	-Educación básica	III I	6	7.59
	-Superior no universitario	III III III III III III	30	37.97
	-Superior universitario	III III III III III III III III	39	49.37
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Cargo que desempeña	-Dueño	III III III III	20	25.32
	-Administrador	III III III III III III III III III III III	59	74.68

	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo	-0 a 3 años	III III III III III III I	31	39.24
	-4 a 6 años	III III III III III	24	30.38
	-7 a más años	III III III III III	24	30.38
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Tiempo de permanencia de la empresa	-0 a 3 años	III III III III II	22	27.85
	-4 a 6 años	III III III III	20	25.32
	-7 a más años	III III III III III III III II	37	46.84
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Número de trabajadores	-1 a 5 trabajadores	III III III III III III III III	39	49.37
	-6 a 10 trabajadores	III III III III III III III III	38	48.10
	-11 a más trabajadores	II	2	2.53
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Personas que trabajan en su empresa	-Familiares	III III	9	11.39
	-No familiares	III III III III III III III III III III III III III III	70	88.61
	Total	III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00

		III III		
Objetivo de creación	-Generar ganancias	III III III III III III III III III III III III III III III	74	93.67
	-Subsistencia	III	5	6.33
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Conoce el termino de gestión de calidad	-Si	III III III III III III III III III III III III III III III	75	94.94
	-No	III	4	5.06
	-Tengo cierto conocimiento	-	0	0.00
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Conocimiento s de técnicas modernas	-Benchmarking	III	4	5.06
	-Atención al cliente	III III III III III III III III III III III III III III II	72	91.14
	-Empowerment	-	0	0.00
	-Las 5c	-	0	0.00
	-Outsourcing	-	0	0.00
	-Otros	-	0	0.00
	-Ninguno	-	0	0.00
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00

Dificultades del personal	-Poco iniciativa	III III III III III III III II	37	46.84
	-Aprendizaje lento	III III III I	16	20.25
	-No se adapta a los cambios	III	5	6.33
	-Desconocimiento del puesto	III	3	3.80
	-Otros	III III III III	18	22.78
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Técnicas del rendimiento del personal	-La observación	III III III III III III I	31	38.00
	-La evaluación	III III III III III III	30	37.97
	-Escala de puntuación	II	2	2.53
	-Evaluación de 360°	-	0	0.00
	-Otros	III III III I	16	20.25
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Gestión de calidad en la mejora del negocio	-Si	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
	-No	-	0	0.00
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Gestión de calidad a	-Si	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00

ayuda alcanzar las metas	-No	-	0	0.00
	Tota	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Conoce el término de atención al cliente	-Si	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
	-Tengo cierto conocimiento	-	0	0.00
	-No	-	0	0.00
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda	-Si	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
	-No	-	0	0.00
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Cree que la atención al cliente es muy fundamental	-Si	III III III III III III III III III III III III III III III II	77	97.47
	-No	II	2	2.53
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	-Comunicación	III III III III III III III	34	43.04
	-Confianza	III III III III III III III III I	41	51.90
	-Retroalimentación	III	3	3.80

	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00
Resultados que obtuvo brindando una buena atención al cliente	-Clientes satisfechos	III III III III III III III III II	42	53.16
	-Fidelización de los clientes	III III III III	33	41.77
	-Posicionamiento de la empresa	II	2	2.53
	-Incremento las ventas	II	2	2.53
	Total	III III III III III III III III III III III III III III III III	79	100.00

Anexo 7. Figuras

1. Características de los Representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

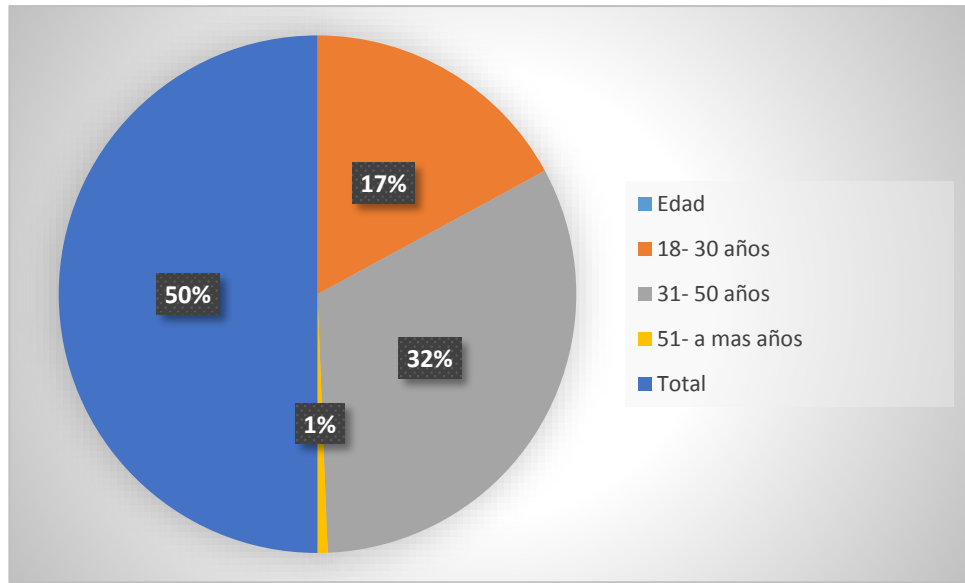


Figura 1. Edad
Fuente. Tabla 1

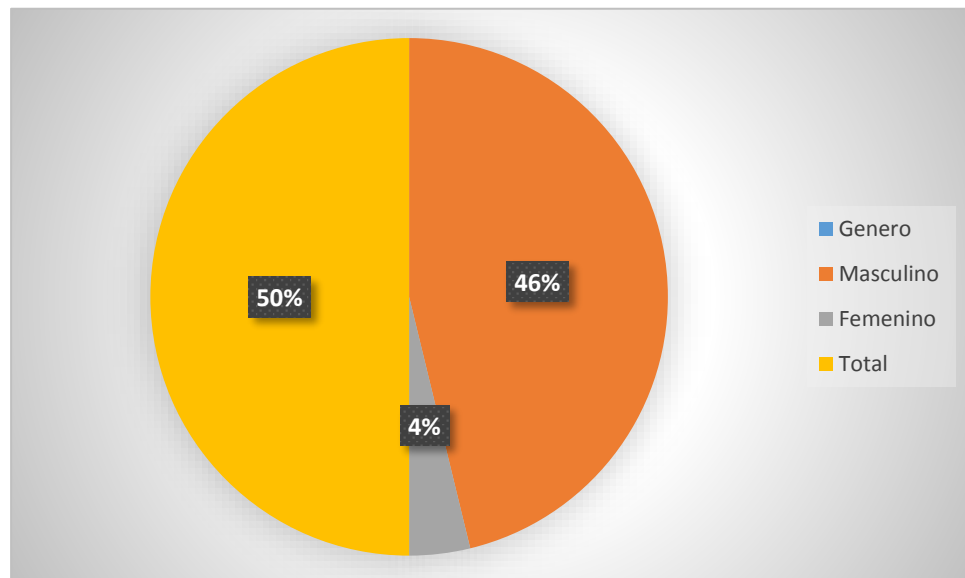


Figura 2. Género
Fuente. Tabla 1

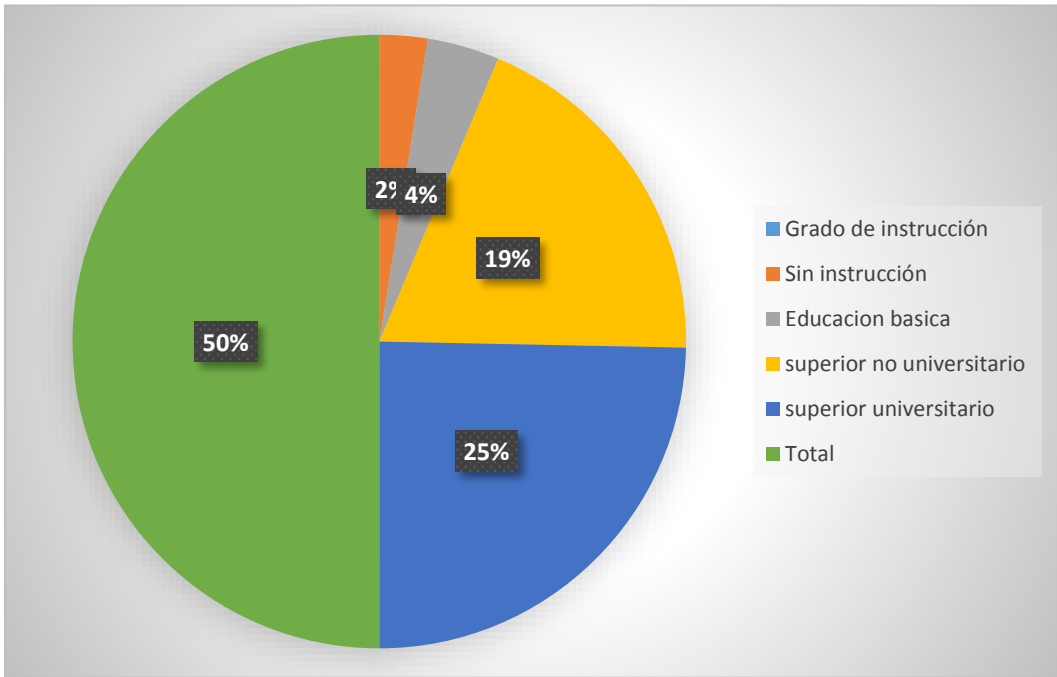


Figura 3. Grado de instrucción
Fuente. Tabla 1

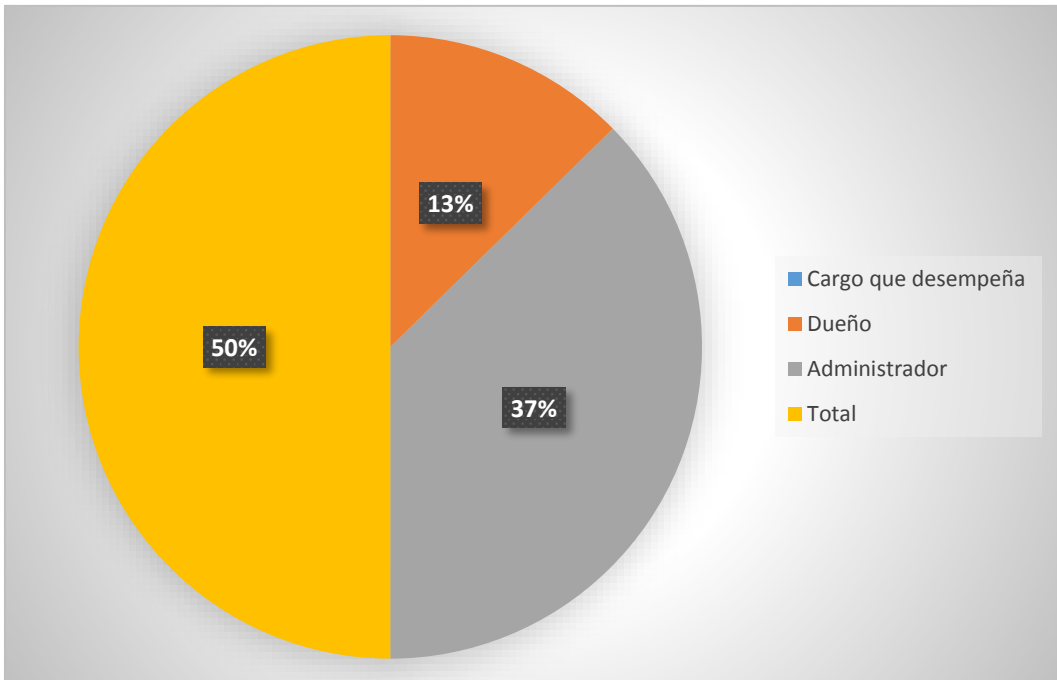


Figura 4. Cargo que desempeña
Fuente. Tabla 1

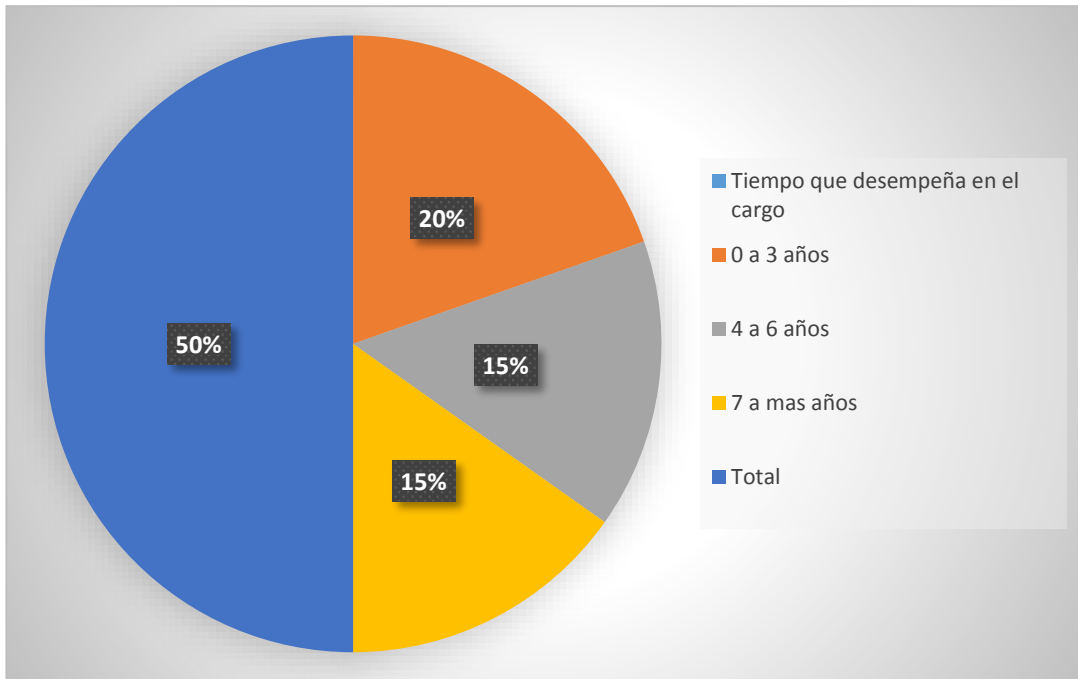


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo
Fuente. Tabla 1

2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

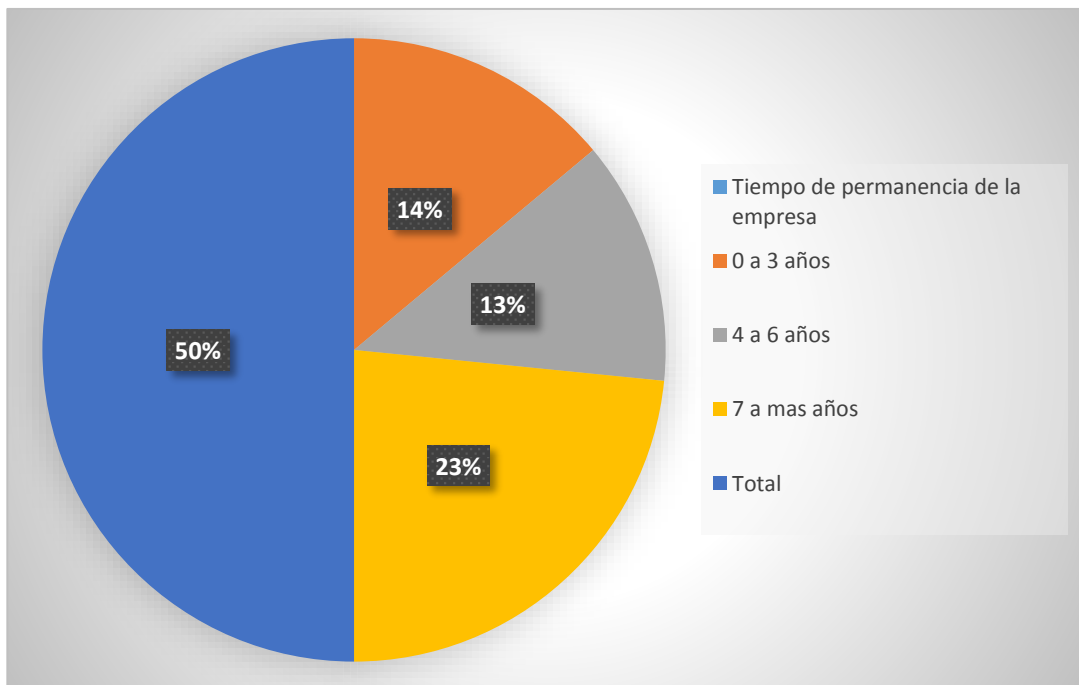


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa
Fuente. Tabla 2

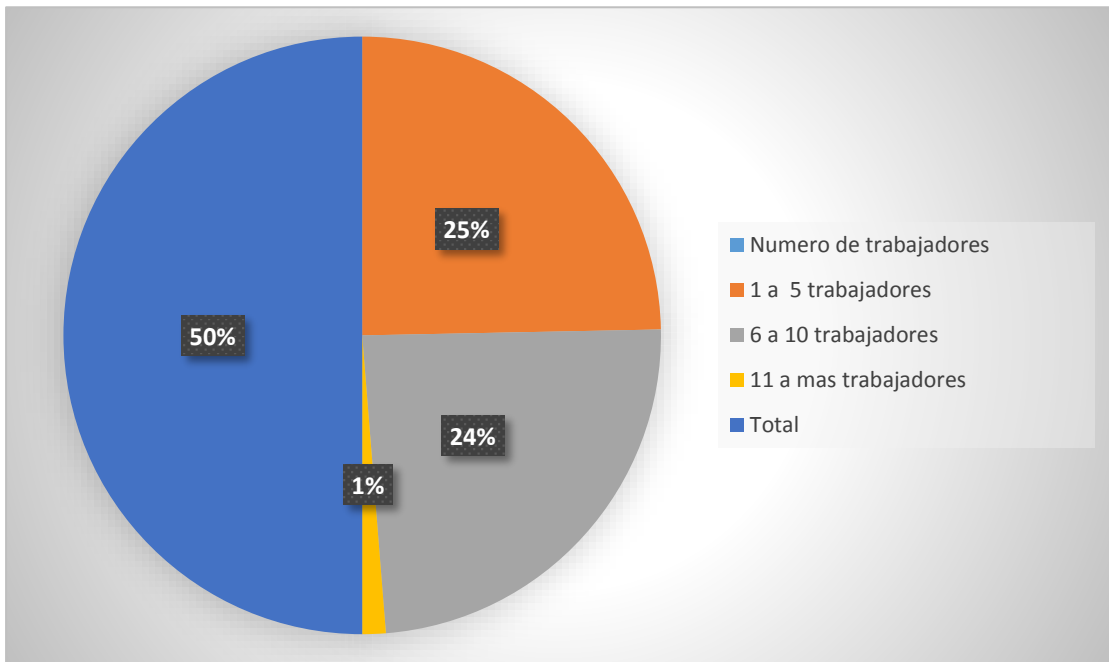


Figura 7. Número de trabajadores
Fuente. Tabla 2

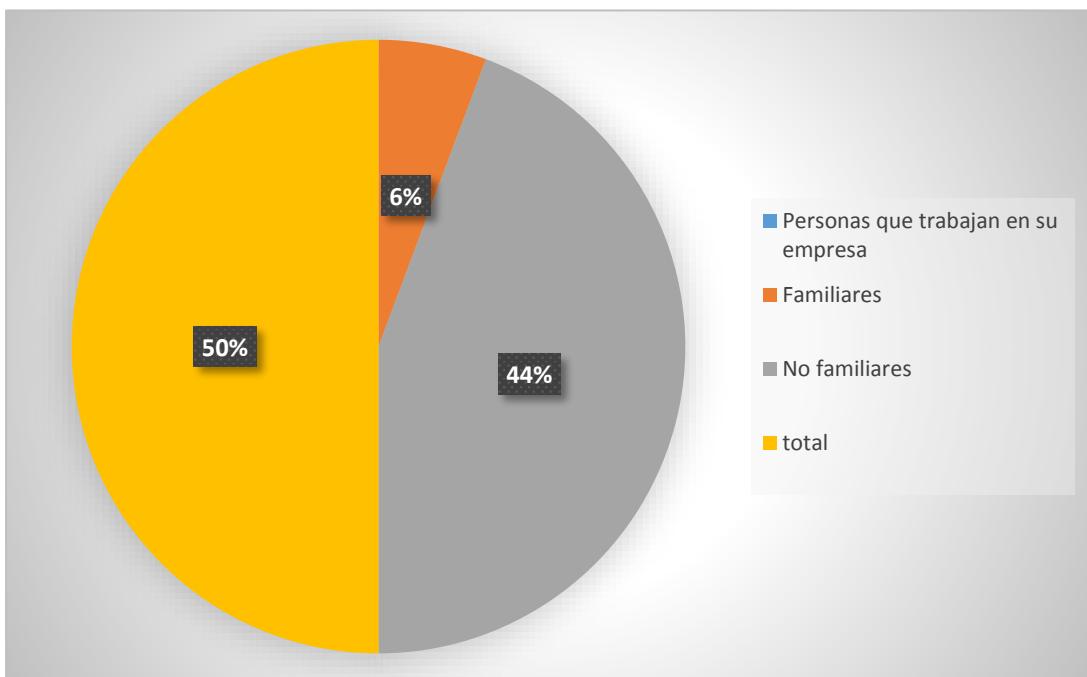


Figura 8. Personas que trabajan en su empresa
Fuente. Tabla 2

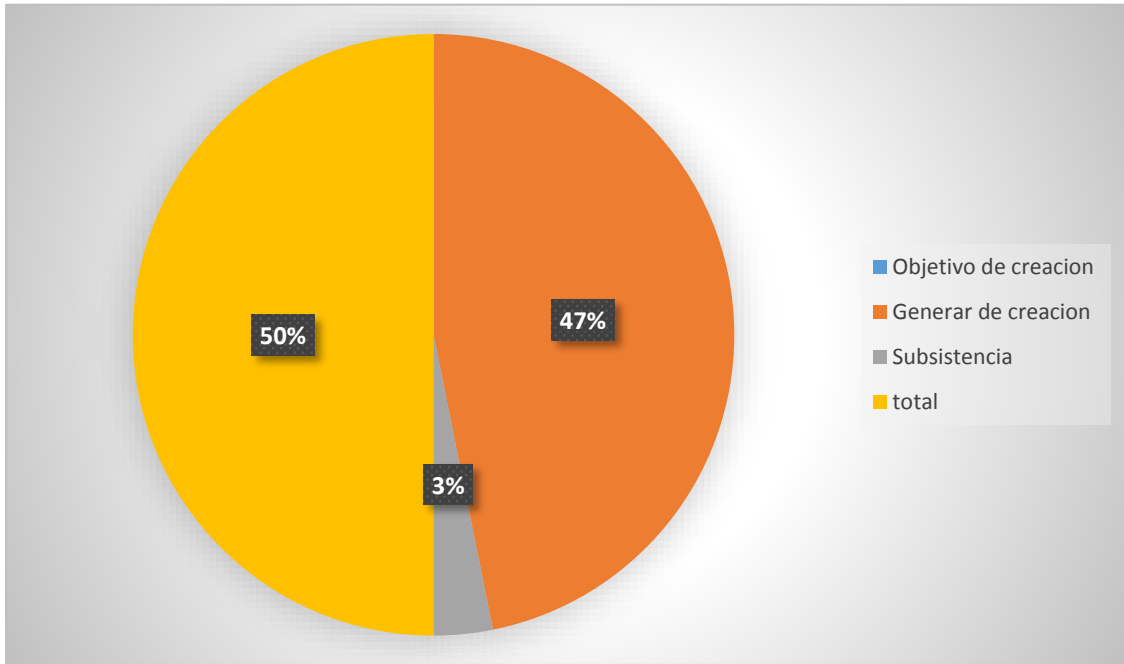


Figura 9. Objetivo de creación
Fuente. Tabla 2

3. Características de la gestión de calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

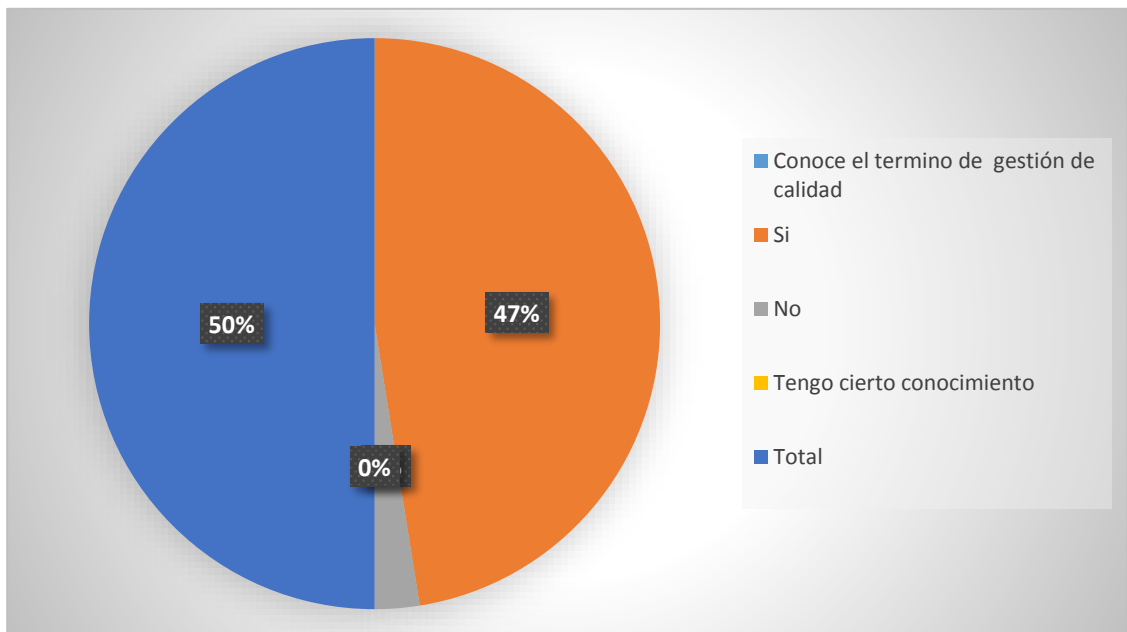


Figura 10. Conocimiento del termino de gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

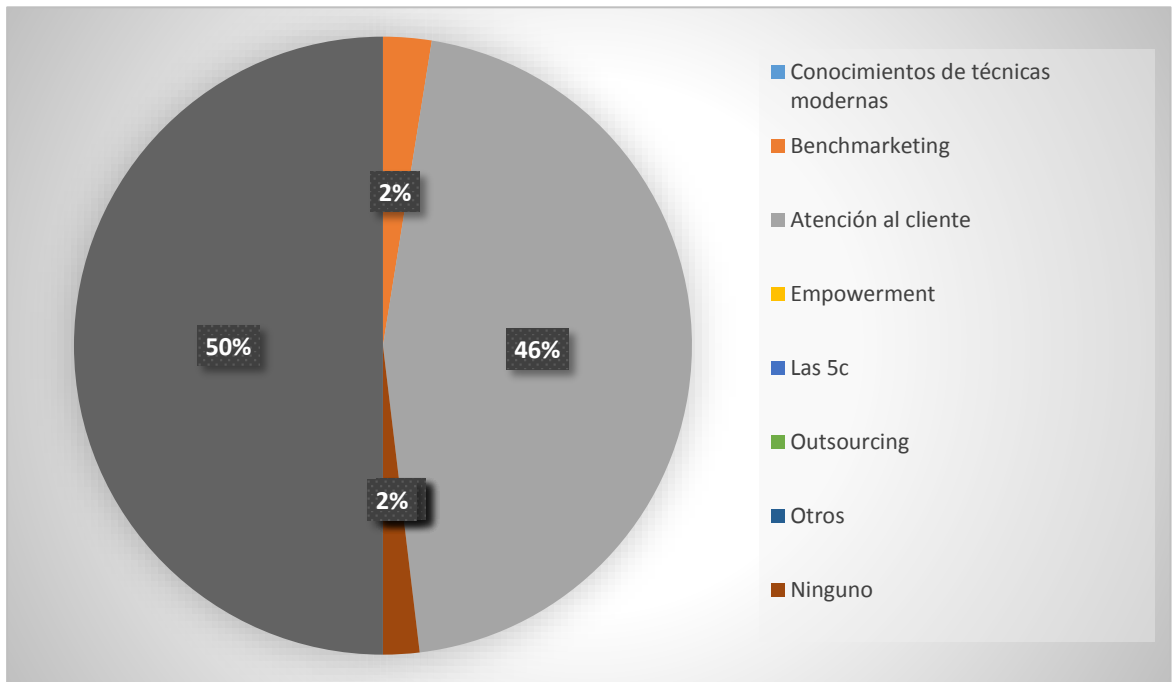


Figura 11. Conocimiento de técnicas modernas
Fuente. Tabla 3

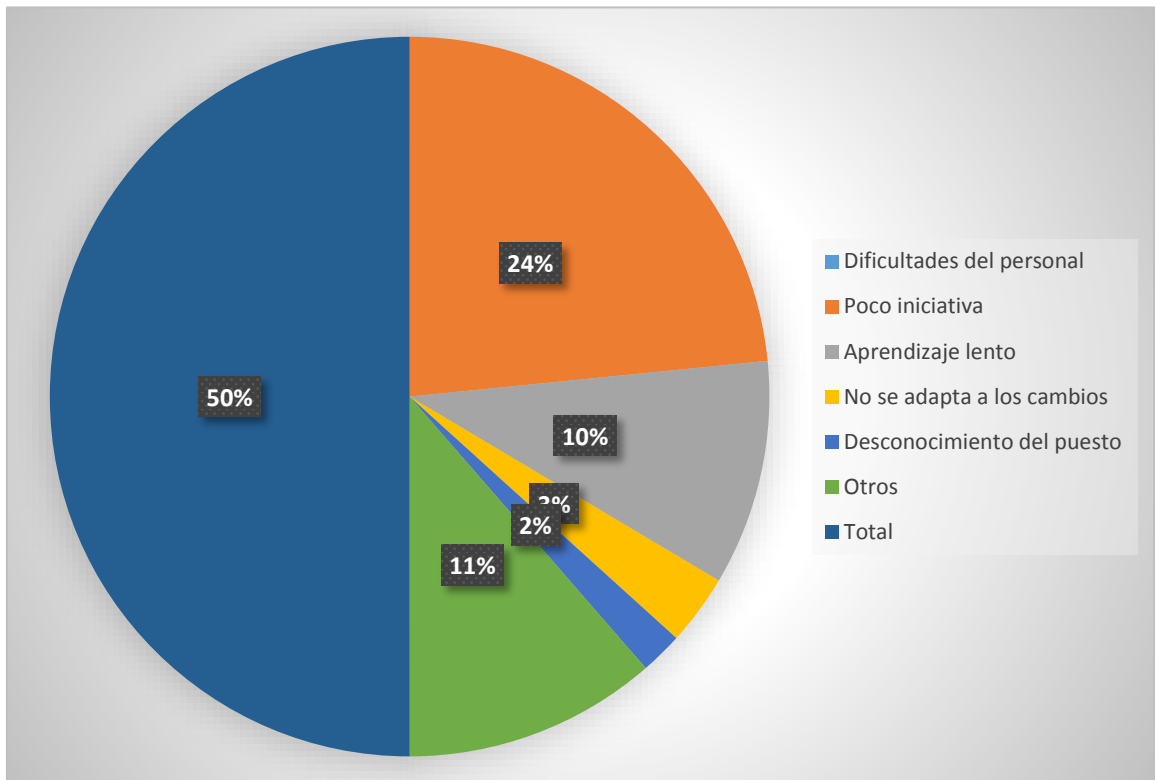


Figura 12. Dificultades del personal
Fuente. Tabla 3

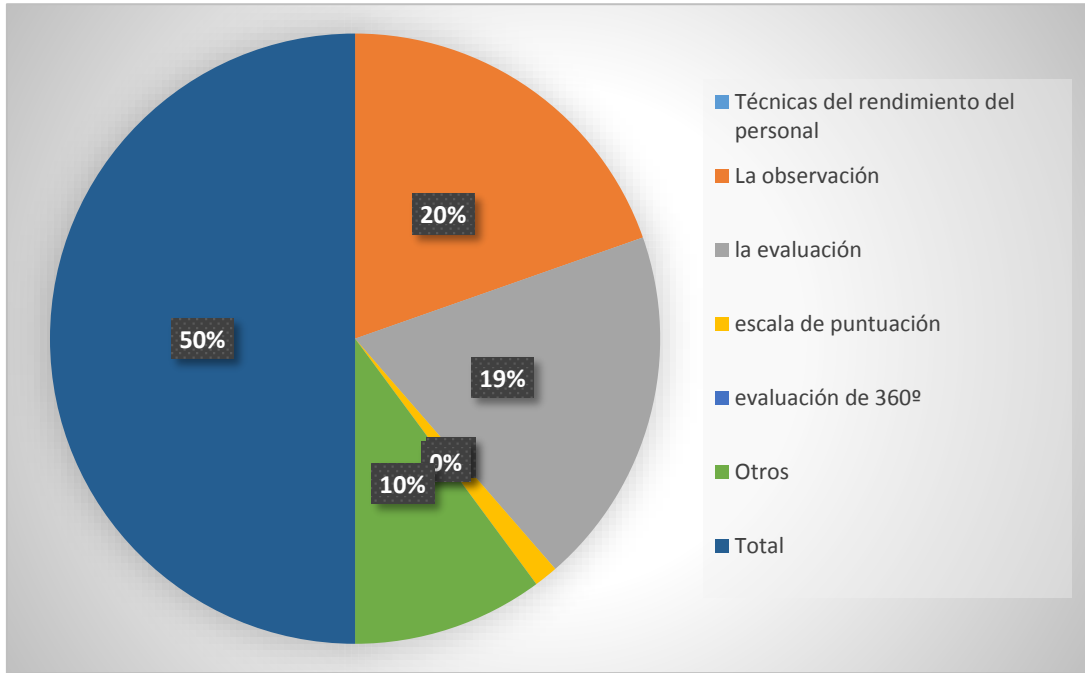


Figura 13. Técnicas del rendimiento del personal
Fuente. Tabla 3

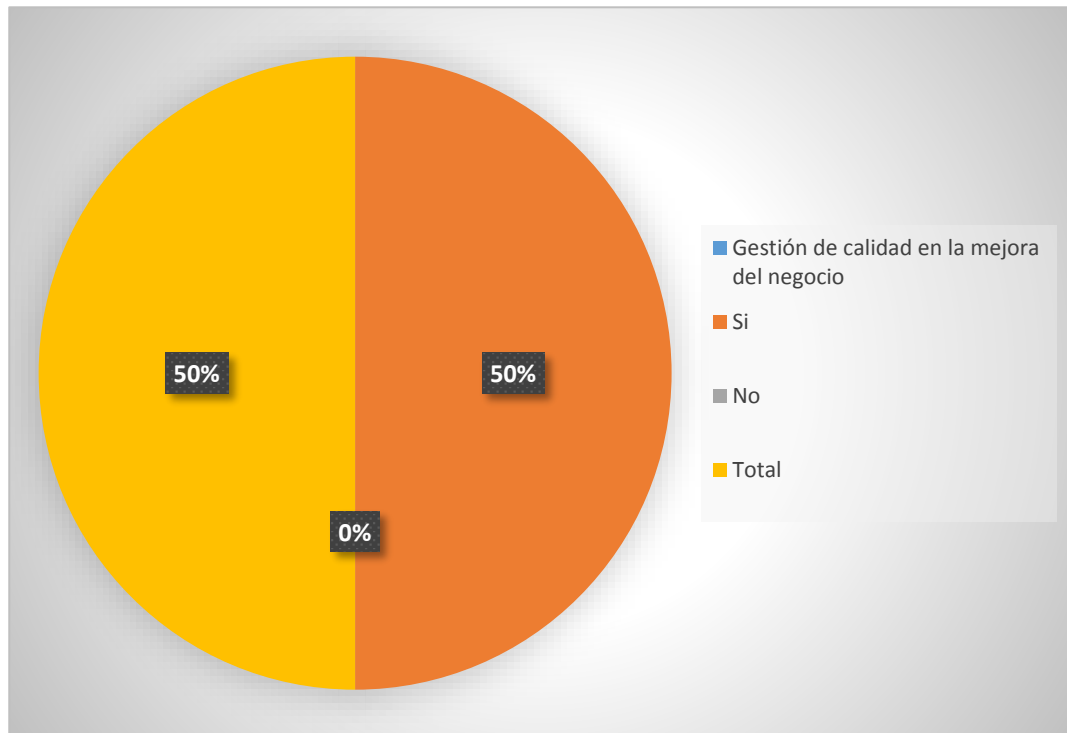


Figura 14: Gestión de calidad en la mejora del negocio
Fuente: Tabla 3

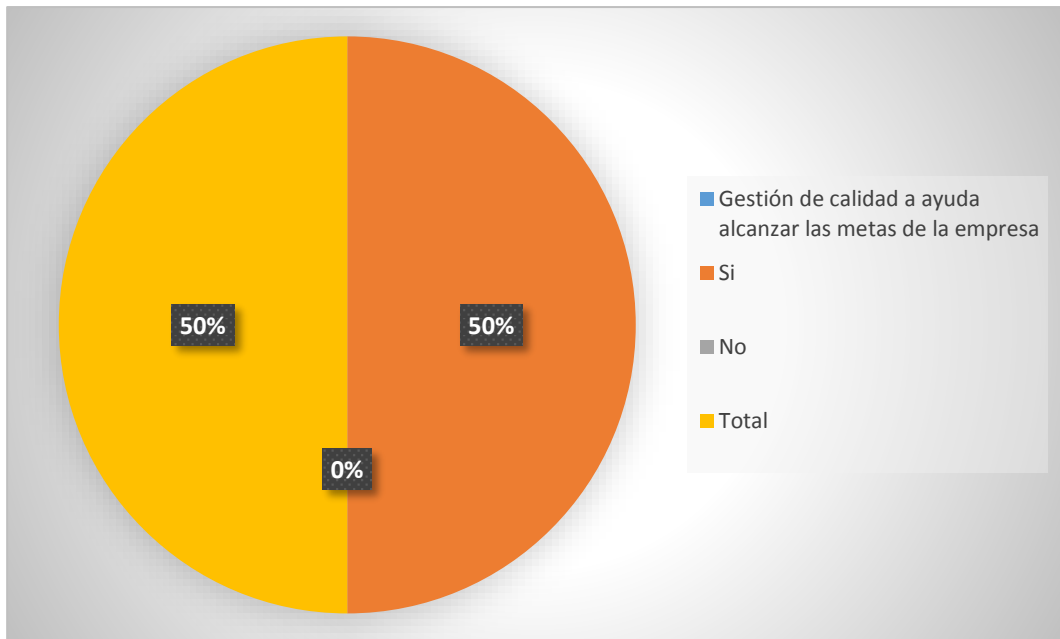


Figura 15. Gestión de calidad ayuda a alcanzar las metas de la empresa

Fuente. Tabla 3

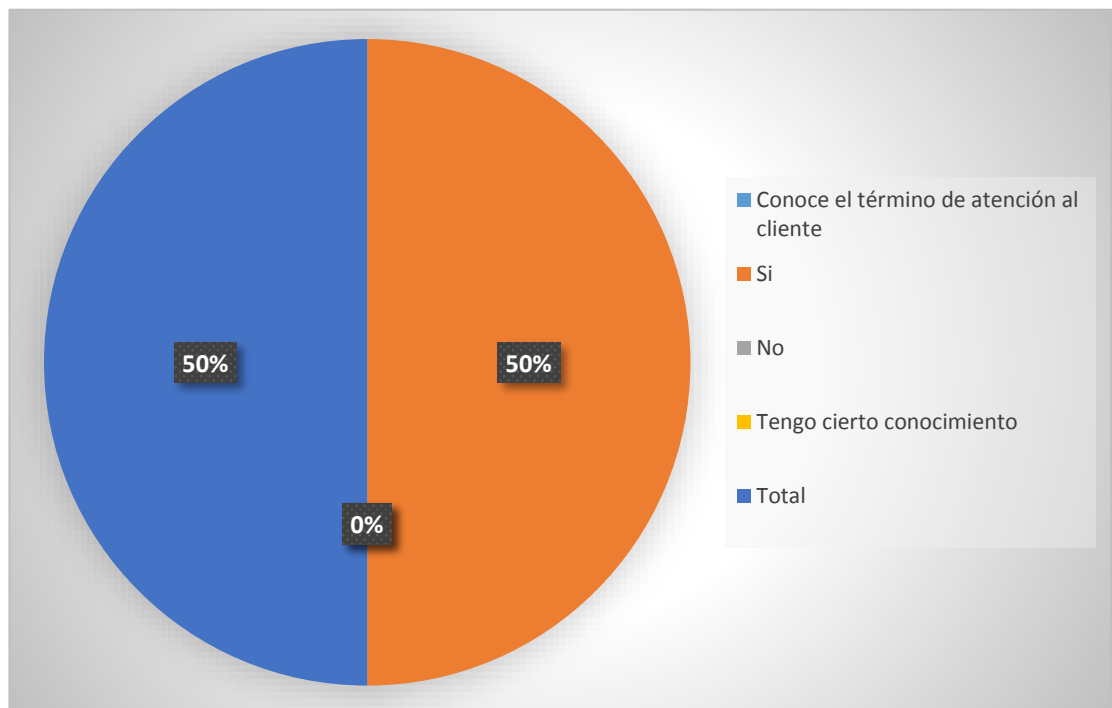


Figura 16. Conocimiento del término de atención al cliente

Fuente. Tabla 3

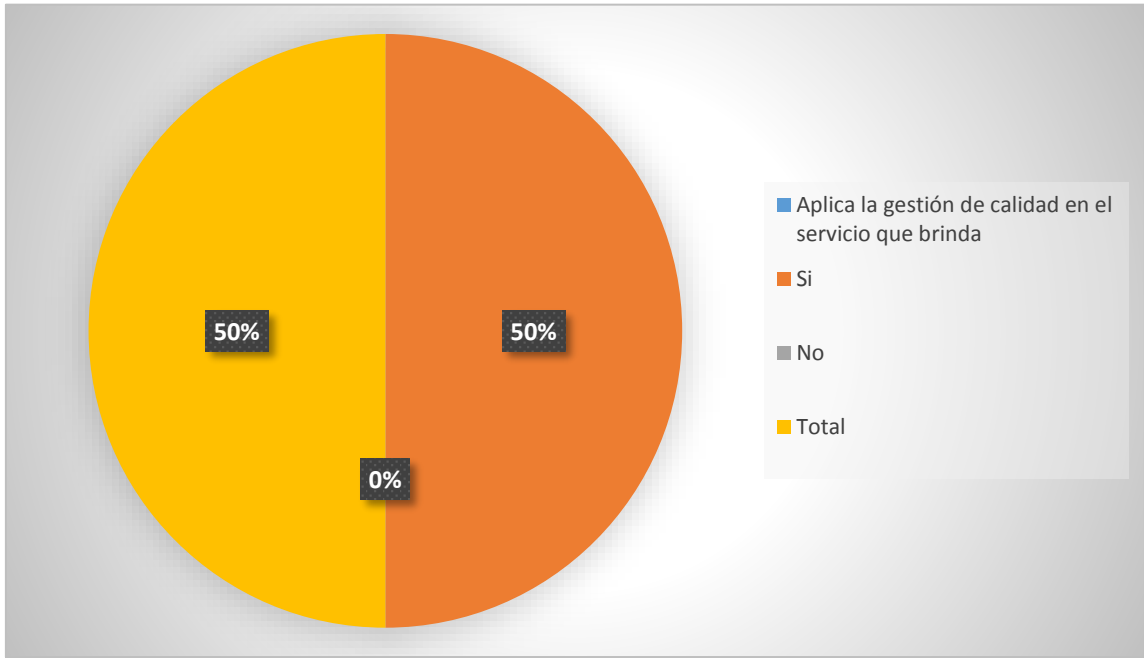


Figura 17. Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda

Fuente. Tabla 3

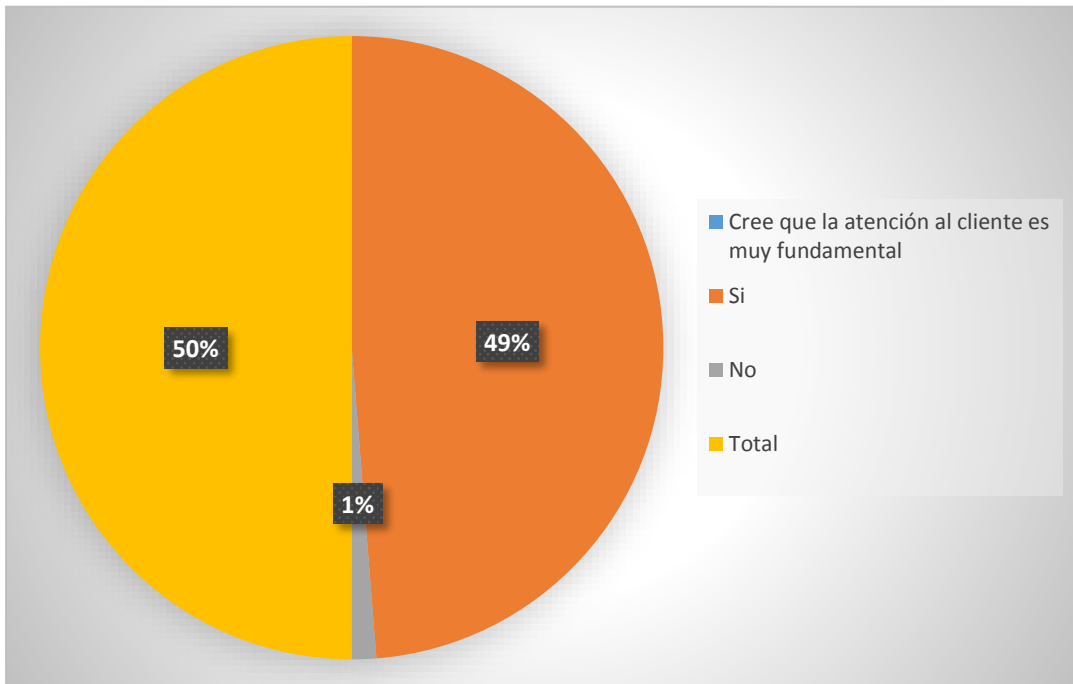


Figura 18. La atención al cliente es muy fundamental para la empresa

Fuente. Tabla 3

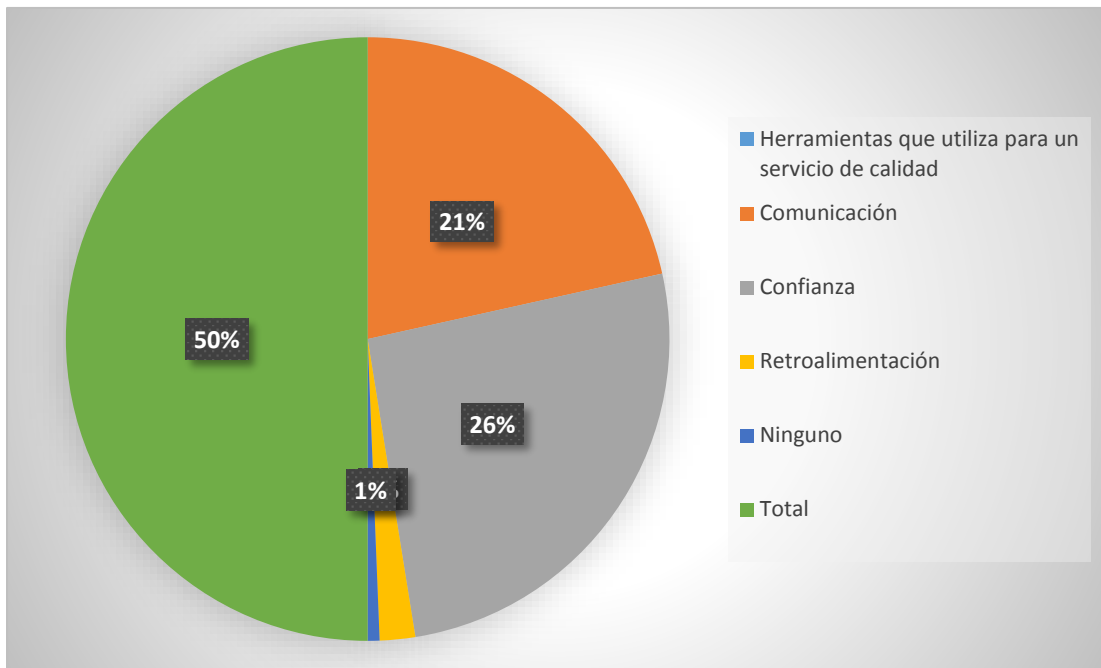


Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad
 Fuente. Tabla 3

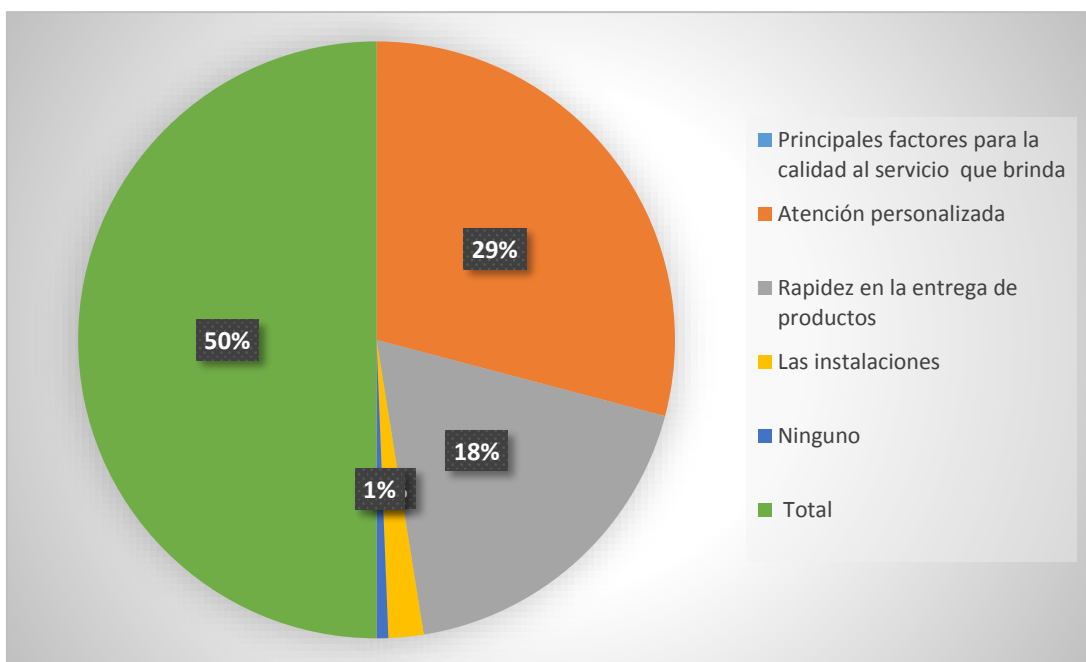


Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda
 Fuente. Tabla 3

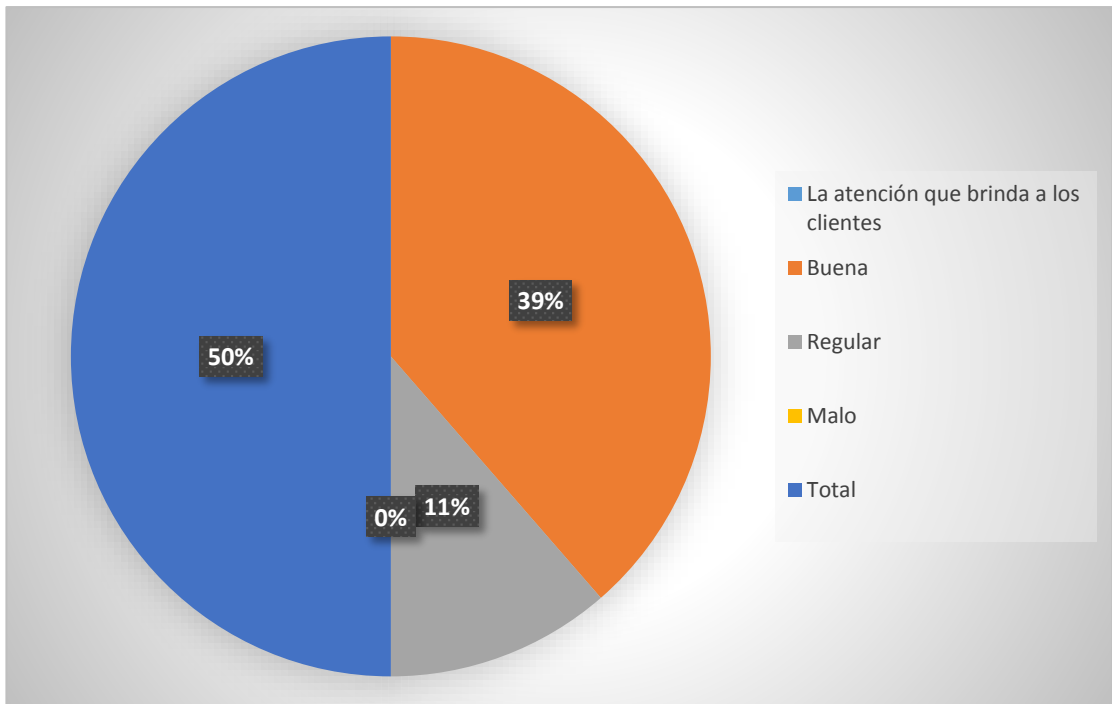


Figura 21. La atención que brinda a los clientes
Fuente. Tabla 3

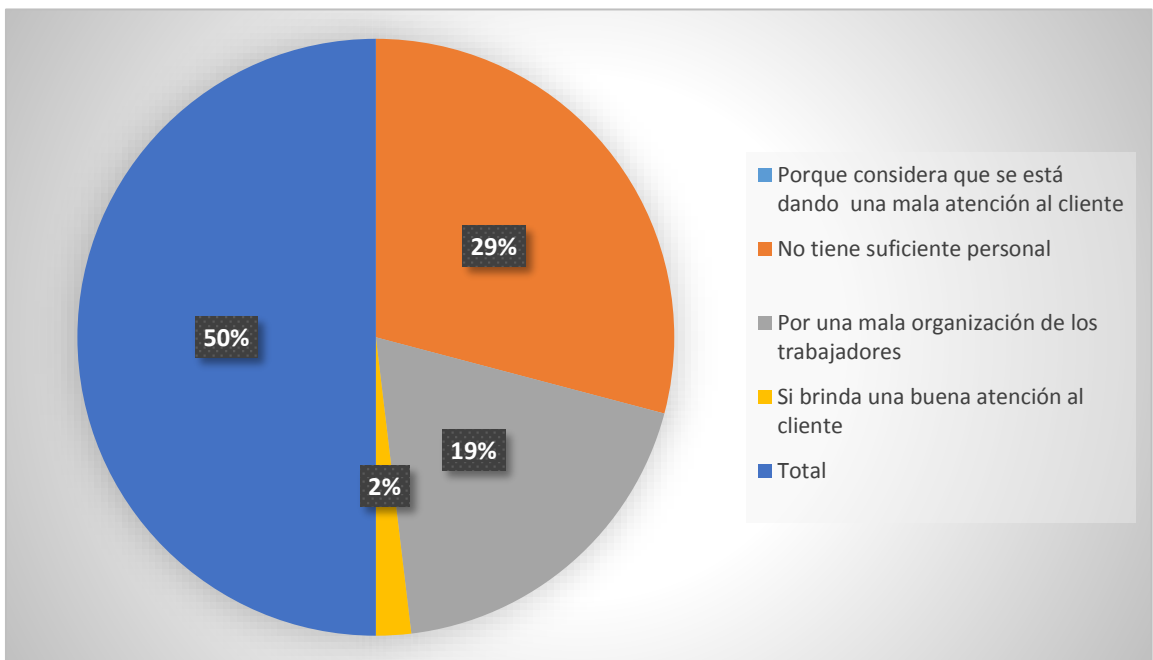


Figura 22. Consideraciones de brindar una mala atención al cliente
Fuente. Tabla 3

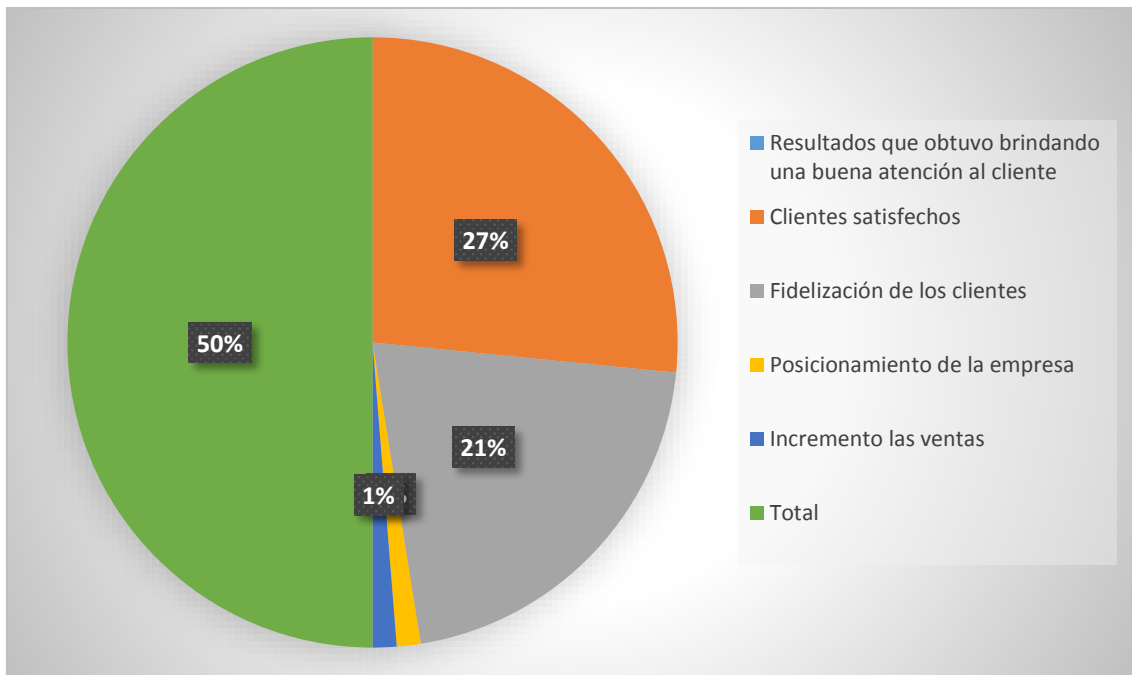


Figura 23. Resultados que obtuvo brindando una buena atención al cliente
Fuente. Tabla 3