



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO- RUBRO VENTA MINORISTA DE CALZADO EN
LA ZONA CENTRICA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2017

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

AUTOR

SALINAS DIAZ, YOSELYN ERICA

ASESOR

Mgr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

**CHIMBOTE-PERÚ
2019**

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia

Asesor

AGRADECIMIENTO

Mi madre Julia Díaz, por darme la vida querirme mucho creer en mí y porque siempre me apoyaste. Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ti.

A mis hermanos por ser parte importante en mi vida y representar la unidad familiar y llenar mi vida de alegrías y amor cuando más lo he necesitado.

DEDICATORIA

A:

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante el periodo de mi estudio.

A mis maestros, que se han tomado el arduo trabajo de transmitir sus diversos conocimientos, quienes han sabido encaminarme por el camino correcto, y que me han ofrecido sabios conocimientos para lograr mis metas y lo que me proponga.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: determinar las características de la Gestión de Calidad en Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzados en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017. La investigación fue diseño no experimental-transversal, para el recojo de la información se utilizó una muestra de 15 micro y pequeñas empresas de una población de 25, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: el 46% de los representantes tienen una edad entre 18- 30 años, el 40% tiene grado de instrucción básica, el 60% tienen entre 1 a 5 trabajadores, el 87% no conocen el término gestión de calidad, el 53 % miden el rendimiento del personal con la observación, el 87% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, el 80% considera que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento, el 40% consideran como factor importante en el servicio es la atención personalizada, el 53% consideran que no brindan una buena atención al cliente por una mala organización del personal. Se concluye que, la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, desconocen el término gestión de calidad y que la atención al cliente que brindan es buena.

Palabras clave: Atención al cliente, gestión de calidad.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the characteristics of Quality Management in Customer Service in micro and small companies in the commerce sector, footwear retailer in the central area of the Chimbote District, 2017. The research was design not experimental-transversal, for the collection of the information a sample of 15 micro and small companies of a population of 25 was used, to which a questionnaire of 23 questions was applied, through the technique of the survey obtaining the following results : 46% of the representatives are between 18 and 30 years old, 40% have a basic education degree, 60% have between 1 and 5 workers, 87% know the term quality management, 53% measure the Staff performance with observation, 87% of the representatives assure that quality management contributes to improving the performance of the company, 80% considers that the attention the customer is essential for this to return to the establishment, 40% consider as an important factor in the service is personalized attention, 53% consider that they do not provide good customer service due to poor staff organization. It is concluded that most of the representatives of micro and small companies know the term quality management and they attention they provide is good.

Keywords: Customer service, quality management.

CONTENIDO

1. Título de tesis.....	i
2. Hoja de firma del jurado y asesor.....	ii
3. Agradecimiento.....	iii
4. Dedicatoria.....	iv
5. Resumen.....	v
6. Abstrac.....	vi
7. Contenido.....	vii
8. Índice de figuras y tablas.....	viii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de Literatura.....	5
2.1 Antecedentes de la investigación.....	5
2.2 Bases teóricas de la investigación.....	24
III. Hipótesis.....	32
IV. Metodología.....	33
4.1 Diseño de la investigación.....	33
4.2 Población y muestra.....	33
4.3 Definición y operacionalización de variables.....	34
4.4 Técnicas e instrumentos.....	38
4.5 Plan de análisis.....	38
4.6 Matriz de consistencia.....	39
4.7 Principios éticos.....	39
V. Resultados.....	41
5.1 Tabla de resultados.....	41
5.2 Análisis de resultados.....	46
VI. Conclusiones.....	53
Aspectos Complementarios.....	54
Referencias bibliográficas.....	55
Anexos.....	58

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Características de los representantes de las pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote.....	41
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote.....	42
Tabla 3. Características de la Gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica de Chimbote.....	43

Figuras (Anexos):

Figura 1 . Edad.....	66
Figura 2 . Género.....	66
Figura 3. Grado de instrucción.....	67
Figura 4. Cargo.....	67
Figura 5. Tiempo en el Cargo	68
Figura 6. Años en el rubro.....	68
Figura 7. N° de trabajadores en la empresa.....	69
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa.....	69
Figura 9. Finalidad de la empresa.....	70
Figura 10. Conoce el termino Gestión de calidad.....	70
Figura 11. Técnicas de gestión que aplica.....	71
Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad.....	71
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal.....	72
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento.....	72
Figura 15. La gestión de calidad ayuda con los objetivos trazados por la empresa.....	73

Figura 16. Conocimiento del término de atención al cliente.....	73
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda.....	74
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento.....	74
Figura 19. Herramientas de servicio al cliente que aplica.....	75
Figura 20. Factores para un servicio de calidad	75
Figura 21. La atención que brinda al cliente es:.....	76
Figura 22. Consideración de una mala atención.....	76
Figura 23. Resultados logrados con la calidad en el servicio al cliente.....	77

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas son importantes a nivel global, ya que es una de las principales fuentes en el país para el desarrollo económico, genera empleo a tasas mayores esto beneficia a personas de bajo recursos, genera ingresos al país.

El surgimiento de las mypes en el Perú, se inició en los siglos XX , cuando se exportaba la harina de pescado, el centralismo y la reforma agraria de la capital de Lima, se empieza a incrementar el fenómeno de las migraciones de las áreas rurales hacia las urbanas, esto se dio en la costa, donde se requería fuentes que generen ingresos, para así impulsar a emprendedores emergentes, entonces inmigrantes de las zonas rurales se desempeñaron en oficios, que básicamente no se necesitaba un estudio completo, solo se requería la motivación y las ganas de trabajar como personal de limpieza, mozos o estibadores. Pasado los años estos pequeños comerciantes, artesanos, etc., desarrollando sus capacidades para conseguir ingresos mayores, por el cual esto llegaría a conformarse en los años ochenta el primer concepto de “Empresas con menos de diez empleados independientes”, esto se catalogó como el tercio de la población económica activa en la ciudad de Lima. Entonces a mediados de los años noventa hasta el día de hoy se produjo una tercerización del empleo, reemplazando las funciones productivas por los servicios y comercio (Ávila, 2012).

La problemática de hoy en día de las mypes, suelen tener dificultades en su gestión, defraudan las expectativas, porque estas prometen más que a las finales no las cumple, problemas con los encargados de ventas, en donde no tienen el conocimiento suficiente para atender al cliente, una mala gestión de la mypes, brindan falsa información de los productos que se les está ofreciendo al cliente (Revistas Expansión, 2014).

Estos problemas se han visto en muchos países como:

En España, las pymes, el tejido empresarial en este país es de 95%, pero tiene problemas, ya que éstas organizaciones no hacen una buena gestión con sus clientes, esto se genera

a base de que no saben poner atención, escuchar a cada uno de los usuarios, debido a esto es por ello que las micro y pequeñas empresas desaparecen del mercado (Diario El Economista, 2013).

En el país de México, se está generando un aproximado de 72% de trabajos formales sobre la economía, estos negocios pequeños suelen también tener dificultades sobre la gestión, ya que estas micro y pequeñas empresas prometen cosas que al final no las cumplen, ofrecen cosas que no son reales a los que están diciendo, al ver esto los clientes, ya no regresan al mismo establecimiento (Diario Forbes, 2015).

En nuestro país Perú, las mypes, es importante ya que con esta se genera empleo, hay ingresos al país, genera trabajo a personas de bajos recursos económicos, pero nuestro país no es ajeno a problemas como las que tiene los países ya mencionados anteriormente, se encuentran problemas como de mala organización dentro de la empresa, esto genera una mala atención al cliente, también se puede mencionar la falta de producción, esto puede afectar a no ser entregas de pedido a tiempo, ya que no se está dando el seguimiento del sistema donde permite controlar y medir la calidad (Romero, 2016).

En el departamento de Ancash, hay muchos empresarios hacendosos, que se esfuerzan demasiado para sobrevivir, ya que la situación de hoy en día no es fácil, por eso el gobierno debe gestionar en estos temas de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, dar seminarios, talleres, capacitaciones, para que estas empresas mejoren continuamente (Huaraz en Línea, 2017).

En el Distrito de Chimbote, donde se desarrolló el trabajo de investigación existen micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de venta minorista de calzado, las cuales tienen problemas de gestión de calidad en atención al cliente, donde las mypes tienen a personal que no están capacitados, que desconocen lo que es la gestión de calidad, que la técnica para medir el rendimiento solo es la observación. Para ello se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad en atención al cliente de

las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2017.

Para alcanzar el objetivo general se ha planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2017. Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2017.

Esta investigación se justifica porque proporciona información sobre la gestión de calidad en atención al cliente en el sector comercio, rubro venta minorista de calzado, será de gran ayuda para los representantes para dar solución a los errores continuos que está cometiendo de la gestión, también para los nuevos emprendedores, para evitar cometer errores a futuros, para así poder ejecutar las mejores decisiones y dar solución al problema obtenido, y finalmente esta investigación servirá como base para realizar otros estudios similares en otros sectores, ya sean productivas o de servicio en el distrito de Chimbote, y otros ámbitos de la región y del País.

En la investigación se utilizó, el diseño no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a la variable, fue transversal porque el estudio de investigación se realizó en un tiempo y espacio determinado, en cual tuvo un inicio y un fin, descriptivo porque se recolectó datos en un solo momento y un tiempo real.

Así mismo para recojo de información se utilizó una muestra de 15 mypes de una población de 25 mypes, a quienes se le aplicó un cuestionario estructurado, formulando 23 preguntas, en los cuales 5 fueron para los representantes, 8 dirigidos a las micro y pequeñas empresas y 15 referente sobre la gestión de calidad y la técnica administrativa atención al cliente. Obtenido los resultados siguientes: El 46% de los representantes de las mypes tienen de 18 a 30 años de edad, el 53 % de personas que representantes a estas mypes son del sexo masculino el 47% desconocen el termino gestión de calidad, El 87% dicen conocer el termino atención al cliente, el 80% afirma que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento, concluyendo que la mayoría son del género masculino, son dueños de las mypes, consideran que se está dando una mala atención al cliente por una mala organización de los trabajadores, no tienen conocimiento sobre gestión de calidad.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Valero (2013) En su investigación *La Gestión de Calidad y su Influencia en la Competitividad Alcanzada por las Pymes del Cantón Milagro*. Tuvo como objetivo general: Establecer la influencia de la gestión de calidad en la competitividad alcanzada por las PYMES del cantón Milagro, período 2012 – 2013. y se planteó los siguientes objetivos específicos: Establecer en qué medida el diseño de una estructura organizacional influye en la correcta administración de la información en las PYMES del cantón Milagro. Determinar de qué manera la logística incide en la operación de costes de las PYMES del cantón Milagro. Identificar cómo influye la cultura organizacional en la eficiencia del talento humano de las PYMES del cantón Milagro. Analizar de qué forma la satisfacción a los clientes afecta a las ventas de las PYMES del cantón Milagro. La metodología utilizada fue descriptiva - correlacional y utilizó una muestra poblacional de 382, a quienes se aplicó un cuestionario a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: 57.07 % considera que los ciudadanos al momento de elegir un producto o servicio de un establecimiento consideran el nivel de calidad la cual no todas cumplen los requerimientos de los clientes, 34.82% no tienen definido la diferenciación de los productos o servicios, los clientes al momento de adquirir sienten incertidumbre o duda de lo que ofrecen debido a que los establecimientos no tienen claro el objetivo de la segmentación de mercado, para los ciudadanos comentan que los establecimientos son imitados por la competencia, el 48,17% de encuestados consideran que las PYMES son medianamente eficientes. Esto se suele relacionar con aspectos como

buen manejo de administración, actualización tecnológica o infraestructura, 42.15% consideran que es satisfactoria la atención al cliente, pero se deben mantener objetivos de mejora continua porque el cliente es el que califica el producto o servicio que se brinda, 56.28 están de acuerdo en que deben manejar una gestión de calidad para las PYMES milagreñas, así se contribuirá a mejorar los negocios y volverlos competitivos a nivel local, 62.50% de los dueños de las pequeñas empresas consideran que su competitividad es alta, mientras que para las medianas empresas es muy alta. Se debe mantener la competitividad sobre todo frente a la competencia que está en crecimiento, 62.50% resulta que para las pequeñas empresas se proyectan en un nivel medio y para las medianas empresas en un nivel muy alto, debido a que estos negocios deben aplicar la innovación de nuevos productos y servicios que centren en destacarse de los competidores y crear un lazo de fidelización con los clientes, el 62.50 consideran que la gestión de calidad es un elemento para su competitividad. Las pequeñas empresas están de acuerdo y las medianas empresas responden que están muy de acuerdo, que esto es la base del éxito, mejorar los negocios con una política de calidad, el 50% de la coordinación del sistema de aprovisionamiento de bienes e insumos, en las empresas pequeñas es medianamente y en las medianas empresas este sistema está totalmente complementado. Es importante que los negocios controlen sus inventarios ya que ayuda a optimizar la productividad del negocio, el 62,50 aplican los valores, compromisos y motivaciones en el talento humano, las pequeñas empresas a veces lo aplican, al igual que las medianas empresas, mostrando que no todos los negocios tienen formada una cultura y compromiso con el personal, la investigación, concluyo que: la gestión de calidad es un factor esencial para alcanzar la competitividad y fortalecerse en el mercado, especialmente cuando la liberalización de

las economías lleva a una competencia entre negocios pequeños, medianos y grandes. Los pequeños y medianos negocios no mantienen una estructura organizacional definida; cometen errores en la segregación de tareas y en sus procedimientos de trabajo, trayendo desperdicio del tiempo y de otros recursos físicos. La logística no mantiene un ordenamiento lógico lo que afecta su almacenamiento de insumos y de productos terminados y a su vez la distribución y comercialización adecuada de bienes. La cultura organizacional en las PYMES está poco fortalecida; siendo necesario una mayor cohesión entre el talento humano para enfrentar los cambios constantes que se originan en el mercado. Las ventas de las PYMES del cantón Milagro, han permitido la sobrevivencia y sostenibilidad de muchos negocios de este tamaño; sin embargo, la presencia de la competencia las está afectando.

Zarate (2015) En su investigación *Estrategias de mercadotecnia para apoyar el desarrollo y crecimiento de las microempresas de la ciudad de Xalapa, Veracruz*. Tuvo como objetivo general: Identificar las estrategias de mercadotecnia que aplican actualmente las microempresas de la ciudad de Xalapa, Veracruz y en base a estas proponer otras que son factibles de implementarse para favorecer su desarrollo y crecimiento. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Analizar la literatura referente a las estrategias mercadológicas, para sustentar el marco teórico de la investigación. Describir el nivel de crecimiento y competencia de las microempresas de la ciudad de Xalapa, Veracruz. Conocer las estrategias de mercadotecnia que actualmente están aplicando las microempresas de la ciudad de Xalapa, Veracruz. Identificar los elementos susceptibles de integrar una propuesta orientada al crecimiento y competencia de las microempresas de la ciudad de Xalapa, Veracruz. La metodología utilizada fue

diseño y prueba de instrumentos, obtención de la información, análisis e interpretación, se aplicaron encuestas a 225 clientes de 15 diferentes microempresas , obteniendo los siguientes resultados: del total de clientes encuestados, más de la mitad, 56% son hombres, el 46% son empleados, la mayoría 38% tiene entre 30 y 40 años de edad, el 55% de los clientes se basa en las recomendaciones personales para obtener información de las próximas compras que realizará, el 36% prefieren apreciar que la ubicación es el aspecto que más influye en la decisión de compra de los clientes, el 33 % de los clientes les gustaría que las microempresas ofrecieran promociones en cuanto al precio, el 69 % de los clientes prefiere asistir personalmente a adquirir los productos, el 18 % de los clientes, el aspecto de los servicios sugieren mejorar de las microempresas estudiadas, la investigación concluyó que: las microempresas analizadas presentan importantes áreas de oportunidad en diferentes aspectos, principalmente en el mercadológico, que se considera clave para dar a conocer correctamente los productos y servicios a los clientes y consolidarse en el mercado. A pesar de que cuentan con muchos años desde su creación, las microempresas analizadas no han logrado un crecimiento significativo; sin embargo, el hecho de permanecer en el mercado y de ser rentables da la pauta para la aplicación de estrategias que les ayuden a crecer y a desarrollarse. En este sentido, la mayoría de las microempresas analizadas no diseñan, aplica ni da seguimiento a estrategias mercadológicas que le pueden ayudar a crecer y a posicionarse en la mente de sus clientes, además de que no tienen un plan a largo plazo para su negocio, no les dan seguimiento periódico a los resultados obtenidos ni tampoco realizan los ajustes necesarios para reorientar sus esfuerzos. Por otro lado, los propietarios de las microempresas presentan niveles casi nulos de capacitación y de experiencia empresarial previa, además de que

todas las microempresas surgieron como una necesidad de autoempleo y sin un estudio previo de las necesidades del mercado, a pesar de todo ello, han logrado mantenerse en el mercado y sus propietarios han desarrollado experiencia que podría ser clave para el crecimiento de sus negocios si se refuerza correctamente. Es por ello, que las estrategias planteadas en este trabajo se centraron entre otros, en los siguientes aspectos: conocimiento del mercado, incremento de las ventas en mercados actuales y nuevos, ampliar el surtido, fijación de precios acorde a las características de los productos y servicios que se prestan, generar disponibilidad y conveniencia para el consumidor, desarrollar una comunicación con el mercado meta, crear una imagen positiva, destacar la importancia del capital humano, obtener información del negocio y de los clientes para una eficaz toma de decisiones, desarrollar nexos o alianzas con otras organizaciones y entidades y finalmente implementar un proceso de evaluación de las estrategias, a fin de identificar desviaciones y corregir su aplicación. Dichas propuestas, se diseñaron de acuerdo a los recursos que están al alcance de las microempresas y que no implican un esfuerzo considerable para su implementación. El éxito de las estrategias planteadas depende en gran medida del compromiso adquirido por las personas que lleven a cabo el plan estratégico, es necesario invertir en las actividades de planeación la misma energía y entusiasmo que se brinda al ofrecer los productos y servicios a la comunidad que forma parte del mercado meta, que, como organización, sirve y atiende.

Antecedentes Nacionales:

Rengifo (2017) en su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercio, rubro casas de cambio, en el distrito de Calleria, año 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar si las mypes del sector comercio, rubro casas de cambio, del distrito de Calleria, año 2017, se gestionan con un enfoque en atención al cliente. y se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar si las mypes en el sector comercio, rubro casas de cambio del distrito de Calleria, se encuentra en el marco de la formalización. Conocer si las mypes del sector comercial, rubro casas de cambio del distrito de Calleria, enmarcan sus operaciones enfocadas en el cliente. Conocer si las mypes en el sector comercio, rubro casas de cambio del distrito de Callería, capacitan a su personal según los requerimientos del cliente. La metodología utilizada fue diseño no experimental –descriptivo, correlacional y utilizó una muestra de 11 micro y pequeñas empresas de una población de 12 a quienes se aplicó un cuestionario a través de la técnica la observación, entrevistas y encuesta, obteniendo los siguientes resultados: las edades de los emprendedores están en el rango de “40 a 50 años de edad” 36,4%, el 72,7% de los encuestados son de género masculino, el 36,4% tienen grado de instrucción secundaria, la profesión u ocupación del emprendedor, en la investigación destaca que el 45,5% es “comerciante”, las mypes encuestadas, señalan que el 63,6% se encuentran formalizadas, el 63,6% de los microempresarios encuestados indicaron que formalizar su negocio es de suma importancia, el 63,6% no está constituida como persona jurídica, el 63,6% está constituido en el régimen RUS, los emprendedores encuestados indican que para constituir sus empresas “Si” recibieron asesoría 54,5%, el 45,5% identifica el beneficio

67 tributario, las mypes del sector casa de cambio están en el rubro de 6 a más años con el 54,5%, los emprendedores en su gran mayoría no registran a sus trabajadores en planilla 63,6%, el 63,6% no tiene definido y no sigue un plan de negocios, las mypes encuestadas del sector casa de cambio indican que el 81,8% no tiene definido y exhibe la misión y visión de su empresa, el 63,6% está por implementar la gestión de atención al cliente, el 81,8%, tanto las instalaciones y organización de su local no están alineados al cliente, el 90,9% “No” capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio, El 81,8% “Si” promueve una cultura de buen servicio, el 54,5% no presenta su personal actitud de servicio, 90,9% “No” ha diseñado y no sigue técnicas de atención al cliente, en la investigación indican que “Si” atienden al cliente de acuerdo a su llegada y cuando este lo requiera 81,8%, un 63,6% indican que es referencial recoger las sugerencias y reclamos del cliente, el 63,6% alcanzan los resultados de adquirir nuevos clientes, en su totalidad consideran que los clientes valoran el servicio y genera fidelización en un 100%. la investigación, concluyo que: la edad que predomina está en el rango de “40 a 50 años”. Significa que el negocio es conducido por personas adultas, en su mayoría de sexo masculino (72,7%). En su mayoría son emprendedores sin estudios superiores: 54,5% tienen instrucción básica y 45,5% son comerciantes. Este resultado implicaría un menor interés para adoptar mejoras en la gestión (punto de vista técnico) y también relacionadas a atención al cliente.

Aliaga (2017) en su investigación *Gestión de Calidad bajo en enfoque de Atención al Cliente de las mypes del sector comercio, rubro Boticas del Distrito de Manantay, 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de la calidad de atención al cliente en la gestión de las empresas mypes del sector comercio, del rubro boticas del

Distrito de Manantay año 2017. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Demostrar que la presentación, cantidad recursos humanos cumplan en la atención del cliente en el sector comercio rubro Boticas del Distrito de Manantay. Identificar si las boticas cuentan con un personal capacitado para la dispensación de medicamentos, en el sector comercio rubro boticas del Distrito de Manantay. Determinar si las mypes del sector comercio rubro boticas del Distrito de Manantay están formalizadas. Determinar si la infraestructura que presenta, contribuye en la satisfacción del cliente en el sector comercio rubro boticas del Distrito de Manantay. Demostrar que el equipamiento tecnológico (TIC), contribuye en la satisfacción del cliente, en el sector comercio rubro Boticas del Distrito de Manantay. La metodología utilizada fue de diseño no experimental, descriptivo– transversal y utilizó una muestra de 12 micro y pequeñas empresas de una población de 45 a quienes se aplicó un cuestionario a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 50% de los representantes legales son personas adultas ya que sus edades oscilan en más de 45 a 64 años; el 66.7% de los representantes legales estudiados son del sexo femenino, el 66.7% de los microempresarios estudiados tiene grado de nivel técnico, el 66.7% son convivientes, de los representantes legales el 66.7 % son de nivel técnico (institutos), el 33.3% son empresas aun jóvenes en el mercado, de los trabajadores el 53.3% son permanentes, de los trabajadores el 70.6% son eventuales, con la formalización el 100% son formales, el 91.7% son personas jurídicas por lo cual es mínimo el riesgo de afrontar problemas al futuro en caso de poder ir a la quiebra, en la capacitación a los empresarios en los últimos 2 años el 50% veces, en el curso que los empresarios se capacitaron en mayor porcentaje en 40%, el 91.7% afirman haber tenido capacitaciones para así desenvolverse mejor en

su trabajo laboral, el 39% se capacitó al personal para mejorar la calidad en atención al cliente, en su infraestructura de las mypes el 20.6 % solo brinda una ventilación acorde a las normas de almacenamiento decretadas por la DIGEMED, en el equipamiento el 75% de las Mypes brindan un buen equipamiento, el 100% , la totalidad si comercializa productos fabricado mediante proceso estandarizado de producción regulados por la DIGEMID, el 82% conoce las normas ISO, El 66.7% de los clientes afirman que es excelente la presentación del servicio por parte del profesional, el 90% muestran interés en la atención de los clientes por el profesional, el 83.4 % afirmaron de los clientes haber recibido un trato amable y cortés por el personal a cargo de la atención, el 90% de los clientes afirmaron haber tenido una satisfacción por parte del personal a cargo de la atención, el 83.3% regresaría por otra atención, la investigación, concluyo que: la mitad de la población estudiada es la etapa adulta constituido por 50.0% de los representantes legales de las mypes encuestadas cuya edad fluctúa entre los 45 a 64años. Se observa que los representantes legales de las mypes predominan el sexo femenino con un 66.7%. Así mismo de los encuestados, el nivel técnico predomina con un 66.7%, seguido del universitario de un 25%, alcanzaron los estudios superiores, respecto al estado civil, el 66.7 % de los representantes indicaron ser convivientes.

Horna (2017) en su investigación *Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio - rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería., de la ciudad de Otuzco 2016. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de

los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016. Describir las principales características de la micro y pequeña empresa del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016. Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016. La metodología utilizada fue de diseño no experimental de corte transversal y descriptivo. Y utilizó una muestra poblacional de 10 micro y pequeñas empresas a quienes se aplicó un cuestionario a través de la técnica del cuestionario. obteniendo los siguientes resultados: el 60% de los representantes legales de la Mediana y pequeña empresa son adultos de 40-49 años, el 70 % de los representantes legales de la mediana y pequeña empresa son del sexo masculino, el 50% de los representantes legales de la mediana y pequeña empresa poseen grado de instrucción superior técnica, el 50% de la mediana y pequeña empresa, posee hasta 5 años de creación, el 60% de las micro y pequeñas empresas del sector rubro venta de artículos de ferretería de la ciudad de Otuzco 2016 posee un trabajador permanente, el 60% de las micro y pequeñas empresas no posee trabajadores eventuales, el 60% de las micro y pequeñas empresas se formó por emprendimiento; el 60% funciona en local alquilado, el 50% de las micro y pequeñas empresas si conoce sobre gestión de calidad, el 100% de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de artículos de ferretería de la ciudad de Otuzco 2016 si desea saber más sobre la gestión de calidad, el 80% de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de artículos de ferretería de la ciudad de Otuzco 2016 estaría de acuerdo en implantar la gestión de calidad, el 80% de las MYPES identifican a sus clientes, el 70%

casi nunca hace seguimiento a sus clientes, el 60% no usa software, el 40% si usa software, el 60% hace uso de inventarios físicos. Finalmente, se concluye que: la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de artículo de ferretería de la ciudad de Otuzco 2016, están representados por personas adultas de 40-49 años, son de género masculino, con grado de instrucción superior técnico universitario. La totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de artículo de ferretería de la ciudad de Otuzco 2016, poseen más de 5 años de creación, tienen más de un trabajador permanente, se formaron por emprendimiento y falta de empleo y funcionan en local alquilado. Los empresarios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de artículo de ferretería de la ciudad de Otuzco 2016, conocen y desean conocer más sobre gestión de calidad y además aplicarlas e implantarlas en su empresa, de esta forma identificar y hacer seguimientos a los clientes; así mismo más de la mitad hace uso de inventarios físicos y pocos son los que usan el software.

Meza (2017) en su investigación *Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del sector Comercio, rubro bodegas, Distrito de Satipo año 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar las Características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las Mypes del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo año 2017, y se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar si los representantes de las Mypes tienen conocimientos en atención al cliente en las Mypes del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo año 2017. Determinar los requisitos para realizar una Gestión por proceso en las Mypes del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo año 2017. Determinar la influencia de los aspectos tangibles en las Mypes del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo año 2017. La metodología

utilizada fue de diseño no experimental, y utilizó una muestra de 50 micro y pequeñas empresas de una población de 57 a quienes se aplicó un cuestionario a través de la técnica de la encuesta, entrevista personal, obteniendo los siguientes resultados: el 50% manifestó tener 30-44 años de edad, el 80% son mujeres, grado de instrucción el 70%, secundaria, el 100% de los representantes no tiene ninguna profesión, en el rubro su empresa el 50% tiene de 6 a más años, el 90% de los representantes tiene entre 1 a 4 trabajadores, el 90% de los representantes no tiene trabajadores registrados en planilla, el 80% de los representantes desconocen los alcances de una gestión de calidad, el 70% no han definido su visión y misión, el 100% de los representantes si están interesados en mejorar continuamente el servicio que brinda, el 80% no lo ha definido su estructura organizativa, el 50% de los representantes de si han definido su plan de negocio y 50% de los representantes no han definido, el 100% de los representantes están de acuerdo en que aplicar una gestión de calidad permite alcanzar metas a sus negocios, el 100% de los representantes cree que una estrategia de venta es publicidad, promociones y ofertas, el 60% de los representantes no realiza promociones u ofertas, el 60% no tienen interés en conocer a sus competencias, el 80% no capacita a su personal, el 60% de los representantes no realizaron la evaluación, el 100% de los representantes manifestaron que sus precios son cómodos, el 90% de los representantes mencionaron que los aspectos de las instalaciones de infraestructura de la empresa son visualmente atractiva, e el 90% de los representantes dicen que los productos si están bien distribuidos y son accesible, el 90% de los representantes manifestaron que si cumplen con las promesas a los clientes, el 100% de los representantes manifestaron que transmiten confianza y son amables con los clientes, el 90% de los representantes manifestaron que si conocen lo suficiente, el 100% de los representantes muestran interés

sincero en solucionar un problema que los clientes tienen, el 100% de los representantes manifestaron que ofrecen servicio rápido a sus clientes, la investigación, concluyo que: la edad del 50% de los representantes de las bodegas están en el rango de 30 - 44 años de edad, el 80% son mujeres, 70% tienen secundaria y 30% tienen nivel primaria. Referentes a las mypes, el 50% tiene de 6 a más años en el rubro, lo cual por los años de antigüedad ganaron experiencia en formas de mantener sus clientes; el 90% de las bodegas tiene entre 1 a 4 trabajadores, dentro de este grupo, el 88.8% de las bodegas tienen un trabajador, el 90% de los representantes no tiene trabajadores registrados en planilla, los representantes no están cumpliendo con el 100% de la formalidad. Planificación estratégica, el 80% de los representantes desconocen alcances de una gestión de calidad y el 70% no han definido su visión y misión, los representantes solo tienen estudios secundarios y primaria lo que se puede determinar es que el manejo de sus negocios es más una práctica empírica. Gestión por procesos, el 100% de representantes quieren capacitarse sobre cómo mejorar continuamente el servicio que brinda, el 80% no han definido su estructura organizativa y se observa que el 50% de los representantes tienen un plan de negocio que no están bien formuladas de acuerdo a los estudios, el 100% de los representantes reconocen que aplicando una gestión de calidad les daría más beneficios, el 100% aplica una estrategia de ventas. Mejoramiento continúa, el 60% de los representantes no presenta innovación y nuevas formas de trabajo, que le permitan reducir errores en los bienes tangibles e intangibles creando oportunidad de mejoramiento. El 100% de los representantes mencionaron que los precios son cómodos, en lo que representa las bodegas no hay diferencias por los costos de los productos, si no en la atención al cliente. Elementos tangibles, el 90% de los representantes consideran que las instalaciones, la seguridad, el

90% de los representantes de las bodegas conocen bien que su principal consumidor es su cliente al quien tiene que recibir con amabilidad, atender con cortesía y una sonrisa. Empatía, el 100% de los representantes muestran un sincero interés por solucionarlo. Capacidad de respuesta, el 100% manifestaron que ofrecen un servicio rápido a sus clientes.

Antecedentes Locales

Acosta (2017) en su investigación *Gestión de Calidad en la Capacitación en ventas de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio rubro Zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016, y se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad Chimbote, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad Chimbote, 2016. Determinar las principales características de una gestión de calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad Chimbote, 2016. La presente investigación se justifica porque, es de suma importancia para el desarrollo económico de nuestro país, por el cual podremos informarse más detalladamente sobre sus orígenes y como ha ido evolucionando hasta la actualidad; como también que problemas están atravesando hoy en día. La metodología utilizada fue de diseño no experimental –

transversal – descriptivo, y utilizó una muestra poblacional de 14 micro y pequeñas empresas a quienes se aplicó un cuestionario a través de la técnica de la encuesta. obteniendo los siguientes resultados: el 71,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años de edad, el 64,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son mujeres, el 42,8% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen secundaria, el 85,7% de los representantes son administradores, el 50,0% de los representantes tienen 4 a 6 años, el 57,1% tienen de 7 años a más, el 85,7% de las micro y pequeñas empresas son formales, el 57,1% de las MYPES tienen de 6 a 10 trabajadores, el 64,3% son personas no familiares, el 78,6% se creó con el objetivo de generar ganancias, el 57,1% de los representantes respondieron que tienen cierto conocimiento sobre gestión de calidad, el 42,8% de los representantes respondieron que conocen las 5 s, el 57,1% de los representantes respondieron que conocen la técnica de la observación, el 100% en su totalidad de los representantes respondieron que sí contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento de dicho negocio, el 71,4% de los representantes respondieron que la gestión de calidad sí ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, el 57,1% de los representantes respondieron que sí reciben capacitaciones para atención al cliente, el 50,0% de los representantes respondieron que solo 3 veces al año reciben capacitaciones, el 57,1% de los representantes respondieron que sí se debería dar más capacitaciones, el 50,0% de los representantes respondieron que sí aplican la gestión de calidad, el 100% en su totalidad de los representantes respondieron que sí son eficientes cuando atienden y dan solución a los reclamos a los clientes, finalmente esta investigación concluye que: el 71,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías,

centro de la ciudad de Chimbote, 2016 tienen de 31 a 50 años de edad, el 64,3% son dirigidas por mujeres, el 42,8% tienen grado de instrucción secundaria, el 85,7% desempeñan el cargo de administradores y el 50% desempeñan en el cargo de 4 a 6 años, el 57,1% de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016 tienen de permanencia en el rubro de 7 años a más y tienen de 6 a 10 trabajadores, el 85,7% son formales, el 64,3% que trabajan en la MYPE son personas no familiares y el 78,6% se crearon con el objetivo de generar ganancias, el 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016 respondieron que tienen cierto conocimiento sobre el término gestión de calidad, el 42,8% conocen la técnica moderna de gestión de calidad de las 5s, el 57,1% conocen la técnica para medir el rendimiento del personal mediante la observación, el 100% respondieron que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 71,4% respondieron que la gestión de calidad sí ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización. El 57,1% de los representantes sí reciben capacitación para atención al cliente, el 50% reciben capacitaciones 3 veces al año, el 57,1% sí creen que deberían dar más capacitaciones en el rubro en el cual laboran, el 50% sí aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan y el 100% sí creen que la empresa es eficiente cuando atiende y dan solución a los reclamos de los clientes.

Barco (2017) en su investigación *Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, Distrito de Chimbote, 2017*. 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 equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017, determinar las principales características de Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. La metodología utilizada fue de diseño no experimental – transversal- descriptivo, y utilizó una población muestral de 7 micro y pequeñas empresas a quienes se aplicó un cuestionario a través de la técnica fue la encuesta. obteniendo los siguientes resultados: el 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene una edad entre 31-50 años, el 85,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, el 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios superiores, el 77,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños, el 77,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas llevan en el cargo más de 7 años, el 77,4% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, el 100,0% de las micro y pequeñas empresas tienen entre tiene entre 1 a 5 colaboradores, el 85,7% de las micro y pequeñas empresas tienen como trabajadores a personas no familiares, el 100,0% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, el 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no conocen del término

gestión de calidad, el 71,4% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican en su gestión la herramienta de atención al cliente, el 85,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aseguran que el personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad, el 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas miden el rendimiento del personal a través de la observación, el 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, el 57,1 de los representantes de las micro y pequeñas empresas aseguran que conocen el término atención al cliente, el 85,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en el servicio que brindan, el 71,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento, el 71,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente, el 85,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran como factor importante en el servicio es atención personalizada, el 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la atención que brindan es regular, el 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que no brindan una buena atención al cliente, por una mal organización del personal, el 71,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas, cuentan con clientes más satisfechos, gracias a la calidad en el servicio, la investigación. Se concluyó que: el 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017, están siendo dirigidas por personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, así mismo el 85,7% son de género masculino, del mismo

modo el 57,1% cuentan con estudios superiores universitarios, además el 77,4% son los dueños de las MYPES y el 77,4% llevan en el cargo más de 7 años, el 100,0% de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017, el 77,4% llevan en el rubro más de 7 años, así mismo el 100,0% cuentan entre 1 a 5 colaboradores, del mismo modo el 85,7% tienen a personas no familiares trabajando para sus negocios y el 100,0% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias, el 57,1% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017, el 71,4% aplican la técnica de atención al cliente, así mismo el 100,0% miden el rendimiento de su personal a través de la observación, aseguran que el 85,7% del personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad, del mismo modo el 57,1% consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento. Por otra parte el 85,7% si conocen el termino atención al cliente, así mismo el 71,4% utilizan la confianza como herramienta de atención al cliente, el 85,7% consideran que el factor más importante para la buena atención al cliente es atención personalizada, así mismo el 57,1% consideran que tienen una atención regular, del mismo modo el 100,0% consideran que no brindan una buena atención por la mala organización de su personal, por último la calidad en el servicio les ha permitido tener un 71,4% clientes más satisfechos.

2.2. Bases Teóricas de la Investigación

Teoría de las Mypes:

Las micro y pequeñas empresas, son entidades constituidas y/o dirigidas ya sean por personas naturales o jurídicas, esto con el objetivo de desarrollar diversas actividades como extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios, las micro y pequeñas empresas tiene como finalidad incrementar más el empleo en el país, contribuir al PBI (Ley 28015, 2003).

Características de las Mypes:

Las micro y pequeñas empresas cuentan con dos características importantes:

Total, de trabajadores de las micro y pequeñas empresas:

- Una micro empresa tiene de uno a 10 trabajadores.
- Una pequeña empresa cuenta de uno a 50 trabajadores.

Ventas anuales:

- Una microempresa tiene hasta el mayor monto de 150 UIT.
- Una pequeña empresa parte de un monto mayor y para las microempresas hasta los 850 UIT (Ley 28015, 2003).

Importancia de las Mypes en el Perú:

Las micro y pequeñas empresas son importantes, ya que es una de las fuentes de empleo, que con un poco de capital ya puedes iniciar un negocio propio, es ahí donde se genera empleo a personas de bajos recursos económicos.

A nivel nacional, estas mypes ya están generando empleo del 80%, y esta produce el 40% del PBI, las micro y pequeñas empresas es muy importante en la economía de nuestro país, por lo que genera empleo, a esto disminuye el desempleo que está sufriendo el país (Diario el comercio, 2018).

Gestión:

Gestión organizacional es una etapa de planificación, implementación, control, regularización y revisión del ejercicio, para finalmente lograr el objetivo.

Se puede decir que la gestión tiene mucho que ver con la revisión de todo el proceso como lo planificado, control del proceso de la ejecución, para alcanzar los objetivos deseados. Si bien es cierto esto lleva a que una organización esté bien estructurada, listo para lograr sus metas (Gullo & Nardulli 2015).

Procesos de Gestión:

La gestión tiene 4 procesos fundamentales en el cuales son:

- Planeación, determinar los objetivos a seguir, para lograr la meta.
- La organización, distribuir el trabajo a cada equipo de trabajo.
- La ejecución, asignar a los equipos con ganas de trabajar una tarea a realizar.
- El control de cada actividad para que este conforme con la planeación.

Los microempresarios, ya tienen plasmado su planificación, pero si no tiene una buena organización adecuada, no llegaran a nada, por eso el empresario, tiene que ver el valor de voluntad de su equipo de trabajo, conocer a quien asigna cada trabajo (Gullo & Nardulli, 2015).

Calidad:

Calidad, hay muchos conceptos de este término de “calidad”, se puede definir como:

Calidad consiste en transformar las necesidades de clientes a futuros, esto hace de desarrollar los productos por el cual, el cliente está dispuesto a pagar por algo que le hará satisfactorio al consumidor.

Calidad, variable, en las organizaciones están dispuestos a utilizar, para la competitividad y lograr posicionarse en grandes mercados.

Con estas bases mencionadas sobre que es calidad, se puede decir que calidad es una estrategia que desarrolla la responsabilidad social, también cabe recalcar que ofrecen servicios y productos que garanticen la satisfacción de los clientes (Hernández, Barrios, & Martínez, 2017).

Importancia de los procesos de Gestión:

Estos procesos de gestión son muy importantes dentro de las empresas, porque se desarrolla con seguridad los pasos a seguir para el buen manejo de una entidad, gestionan adecuadamente, pero no hay que olvidar que existen escasas empresas que llevan este procedimiento, pero está siempre les resulta útil, así llegan a tener el control y el éxito, mayormente hay micro y pequeñas empresas, que deben mejorar su proceso al momento de gestionar, para luego tener resultados favorables continuamente (Molina, 2014).

Importancia de la Gestión Empresarial

En la actualidad la gestión empresarial, es garantizar el producto o servicio que está brindando al cliente para su plena satisfacción, esta satisfacción se gana gestionando buenas prácticas de administración empresarial, es por ello que los representantes de las mypes deben de tener en cuenta una mente muy emprendedora, innovar, crear, esto permite mejorar continuamente como gerente, como persona, y así lograr cualquier objetivo que se proponga (Camino, s.f).

Calidad de Servicio

La calidad de servicios en la actualidad, representa fundamentales tendencias en las micro y pequeñas empresas, la calidad de servicio, se podría decir que es la sustentación de supervivencia de una mype. Esto va de la mano con el que cliente necesita, es ahí donde el cliente percibe del servicio brindado por parte de ellos, por eso los representantes de las micro y pequeñas empresas deben de tomar nota de esta función, y comprobar que los clientes quedaron satisfechos con la atención que se les sirvió (Cerezo s.f).

Componentes de la calidad del servicio

Existen una serie de componentes, que permiten lograr la calidad del servicio las cuales son:

- **Fiabilidad:** este componente consiste en hacer un adecuado servicio al cliente desde el primer momento de su llegada.

- Competencia del personal: esto debe de tener la capacidad e información adecuada necesaria para la función del servicio. Es por ello el personal debe estar bien formado y preparado para estos tipos de trabajo.
- Rapidez: este consiste en realizar un servicio dentro de los plazos aceptables para el cliente que se está atendiendo.
- Cortesía: este componente se refiere a expresar el respeto, la amabilidad, la educación del personal hacia un cliente en cualquier establecimiento.
- Carácter tangible: este consiste en un aspecto que es el soporte del personal del servicio, y de la comunicación.
- Accesibilidad: este elemento es dar facilidad al cliente para que este utilice servicio cuando desee. Los ambientes de los establecimientos deben de contar con señalizaciones, estas dan mayor seguridad y comodidad al consumidor.
- Comunicación: Esta función es dar una información con un lenguaje entendible.
- Conocimiento del consumidor: Este elemento es la voluntad de las mypes para entender las necesidades de los consumidores (Cerezo, s/f).

Cientes

Es importante identificar las características de los clientes, para darles un trato personalizado a cada uno de ellos

- Las personas son importantes en cualquier empresa u organización.
- Los clientes requieren necesidades y deseos, la labor del microempresario es dejarlos satisfechos.
- Los clientes se merecen un trato con amabilidad y cortesía.
- Los clientes no dependen de las mypes, es lo contrario, las mypes son los que dependen de los clientes.
- Los clientes representan la importancia, sin ellos la empresa no tendría sentido (Fernández, 2014).

Tipos de clientes

Para brindar un mejor servicio, es importante conocer los tipos de clientes, distinguirlos a cada uno de ellos:

- Los clientes actuales; son aquellos que hacen sus compras o anteriormente han hecho alguna compra.
- Los clientes potenciales; son aquellos que, anteriormente no hecho ninguna compra alguna, pero se ven como posible futuro consumidor.

Es muy importante que los microempresarios, conozcan muy bien a sus consumidores, y crear estrategias para lograr permanecer en el mercado. En el caso de clientes actuales, el microempresario debe de tratar, buscar fidelizar al cliente. Por lo tanto, los clientes potenciales, trata de buscar una estrategia para poder captar al cliente y realice las compras (Soto, s.f).

Reglas de atención al cliente

Existen reglas para la mejora del proceso de servicio al cliente las cuales son:

- Primeramente, hacer el saludo a todo cliente.
- Siempre con la sonrisa en el rostro, con amabilidad, y destreza.
- Siempre identificándose.
- Al comunicar, siempre con un lenguaje entendible.
- El respeto, saber cuándo tratar de usted al cliente

Estas reglas facilitaran al microempresario, pero estas reglas lo hacen los trabajadores, entonces el empresario debe de formales con este tema, para que cuando realicen sus actividades lo pongan en práctica (Lopera s.f).

Estrategias para fidelizar clientes

Para mantener la cartera de clientes, y hacer que ellos vuelvan con más frecuencia es importante plantear estrategias.

Existen 5 estrategias para fidelizar a los clientes:

- Programa de Fidelización; Se recomienda a los microempresarios recompensar a sus clientes, como ofertas, acumular puntos, son estrategias para mantener files a los clientes
- Sorprender, son compras garantizadas. Otra estrategia para mantener a los clientes es sorprender a estas con un regalo inesperado, si el cliente es muy agradecido, regresará al establecimiento por otra compra.
- Construir relaciones sociales; Hoy en día los empresarios, captan clientes con las redes sociales.
- Ofrecer descuentos. Consiste en ofrecer descuentos al cliente, él sentirá muy contento y puede ser posible que, para su próxima compra, regresará al mismo establecimiento (Fernández, 2014).

Marco Conceptual

Historia de venta de calzados

En el Perú, del siglo XX, se recuerda el aporte de Carlos Barba, que fue un zapatero, donde hizo la lucha por el sindicalismo y las 8 horas de trabajo, a base de esto la Ciudad de Trujillo surgió, porque los anarquistas de la mina Quiruvilca reclamaban zapatos para poder proteger sus pies, estos grupos andinos bajaban desnudos a los socavones. Entonces, en el año 1874, de un grupo de personas andinos, que llegaron a tierras de una hacienda, es en donde firmaron con el propietario un acta, en el Distrito de Mache, en ese entonces surgió la venta, la industria de la venta de los calzados en los años 1929, en donde se dio zapatos a mineros de Quiruvilca. En ese entonces la ciudad de Trujillo se conmemoró como la capital del calzado en todo el Perú. En el año 1980, hubo un aproximado de doce mil fabricantes pequeños y medianos. Pero un lamentable hecho, golpes del Fujimorismo, se redujo a dos mil.

Pero todo esto mejoró, gracias a una misión italiana, enviada por la Unión Europea, que esta hace años apoyo a mejorar la calidad, técnicas y diseño. Es por eso que la Región de la Libertad firmo contrato con el Gobierno de Lombardía, que este viene ser el centro

mundial de la calzadura. Hoy en día los empresarios trujillanos dedicados a los calzados vienen suministrando el 40% de calzado en el Perú, en donde también exportan otros países sus productos.

Las Micro y Pequeñas Empresas

Las mypes es una entidad constituida ya sea por una persona natural o jurídica, con el objetivo de generar ingresos, estos ofrecen actividades como servicios, comercialización, producción. En el cual las mypes son muy importante ya que genera empleos, aporta al PBI del país.

Podemos deducir que las mypes, son una suma de importancia en cada país, en este caso centrándonos en nuestro país Perú, ya que ayuda a contribuir a la producción, al empleo, y a los ingresos económicos que todo ciudadano necesita poseer para satisfacer sus necesidades y el de su familia.

Gestión de Calidad

Gestión de calidad son herramientas que se usaran en las actividades planificadas que se establecen en un determinado periodo, verificando controlando y analizando. Está en todos los procesos del proyecto, desde que se establece los cronogramas y hasta los costos, satisfaciendo las necesidades por las cuales fue emprendido.

La gestión de calidad es una herramienta que debe usarse en las organizaciones, sus funciones de estas son; planificar, organizar, ejecutar y controlar. Esto con la finalidad de los lograr los objetivos o metas trazadas por la empresa.

Atención al Cliente

Es el servicio que brinda una empresa, o mejor dicho la relación de la empresa con el cliente, según a esto se da la fidelización del cliente hacia esta, esta es de suma importancia y se podría decir que es la clave del éxito, pues una buena atención al cliente, está logra mantener relaciones duraderas y rentables a largo plazo, satisfaciendo las necesidades y expectativas del cliente.

Hay que tener en cuenta que uno debe tener las mejores condiciones para la atención al cliente y en todo momento haciendo sentir muy cómodo al cliente y

brindándole la confianza sobre los detalles más delicados.

La atención que ofrece una empresa, debe ser muy buena, según a esto se gana la fidelización del cliente, la buena atención al cliente es la clave para lograr el éxito.

Cientes satisfechos clientes que repitan:

La satisfacción del cliente hoy en día es muy importante para las organizaciones, ya que por esta se da que el cliente vuelva a adquirir los servicios de esta; ya que percibe un servicio de gran calidad realizando cada necesidad que contiene el cliente, así mismo este beneficia a ambas partes.

III. HIPÓTESIS

La presente investigación titulado Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de Calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017, no se planteó la hipótesis, por ser una investigación descriptiva.

IV. Metodología

4.1 Diseño de Investigación: en el presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal.

- Fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a la variable Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, año 2017, sin sufrir ningún tipo de modificaciones.
- Fue transversal, porque el estudio de investigación Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, año 2017, se realizó en un espacio y tiempo determinado, en cual tuvo un inicio y un final, específicamente el año 2018.
- Fue Descriptivo, porque solo se describió las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, y la variable Gestión de Calidad en Atención al Cliente.

4.2 El universo y muestra:

Población

Se utilizó una población de 25 micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote.

Muestra

Se utilizó una muestra de 15 micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote. La información se obtuvo a través de un sondeo. (Ver Anexo 3)

4.1. Definición y operacionalización de variables.

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Perfil de los representantes de las micro y pequeñas empresas.	Son algunas características de los representantes de las MYPE.	Edad	De 20 a 29 años De 18 a 30 años De 31 a 50 años Mayor de 51 años	Ordinal: Numérico
		Genero	Femenino Masculino	Nominal
		Grado de instrucción.	Primaria. Secundaria. Superior Técnica Superior Universitaria.	Ordinal
		Cargo que desempeña	Gerente Administrador Encargado Otro	Nominal

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de las micro y pequeñas empresas.	Principales características de las micro y pequeñas empresas.	Tiempo que desempeña en el cargo.	De 0 a 3 años De 4 a 6 años Más de 7 años	Ordinal: Numérico
		Tiempo de permanencia en el rubro	De 0 a 3 años De 4 a 6 años De 7 años a más	Razón
		Número de Trabajadores	De 1 a 5 De 6 a 10 De 11 a más	Razón
		Las personas que trabajan en su empresa	Familiares Personas no familiares	Nominal
		Objetivo de creación	Generar ganancia. Subsistencia	Nominal
		Conocimiento de la gestión de calidad	Si No	Nominal

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
	Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.	Técnicas modernas de la gestión de calidad	Benchmarking Atención al cliente Empowerment Las 5 s Outsourcing Otros Ninguno	Nominal
		Dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad	Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otros	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación La evaluación Escala de puntuaciones Evaluación de 360° Otros	Nominal
		La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	Si No	Nominal
		La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa	Si No	Nominal

		Termino atención al cliente.	Si No	Nominal
		Se aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	Si No A veces	Nominal
		La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento	Si No	Nominal
		Herramientas para un servicio de calidad	Comunicación Confianza Retroalimentación Ninguno	Nominal
		Principales factores para la calidad al servicio	Atención personalizada Rapidez en la entrega de los productos Las instalaciones Ninguna	Nominal
		La atención que brinda a los clientes	Regular Buena Malo Regula	Nominal
		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 brindando una buena atención al cliente	Cientes satisfechos Fidelización de los clientes Posicionamiento de la empresa Incremento en las ventas	Nominal
--	--	--	--	---------

4.4 Técnicas e instrumentos de Recolección de datos.

En el presente trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta la cual estuvo dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio- rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote. Cuya finalidad fue recoger información necesaria para la elaboración del trabajo de investigación.

- El instrumento que se utilizó fue el cuestionario estructurado con 23 preguntas, 5 de ellas dirigidas al representante de las micro y pequeñas empresas, 4 preguntas sobre las micro y pequeñas empresas, y 14 preguntas relacionadas sobre la variable gestión de calidad en atención al cliente Las preguntas fueron dicotómicas, de intervalo, de alternativas múltiple, etc.(Ver Anexo 4)

4.5. Plan de análisis.

Se aplicó encuestas para determinar las características de los representantes, de igual manera las características de las Mypes en el rubro comercio, para que después hagamos el proceso de los resultados en el programa informático Microsoft Excel, donde se elaboran las tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentajes estadísticamente para luego interpretarlos adecuadamente, también se utilizó el programa Word que sirvió para la redacción del informe de investigación.

4.6 Matriz de consistencia.

Enunciado del problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnica e instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las Micro y pequeñas empresas, sector comercio-rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017?	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad bajo en atención al cliente de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017.</p> <p>Objetivo Específico:</p> <p>Determinar las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017.</p> <p>Determinar las características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017.</p> <p>Determinar las características de una gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017.</p>	Gestión de calidad en atención al cliente.	La muestra fue de 15 mypes, de una población de 25 micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica de Chimbote, 2017.	<p>Diseño no Experimental: porque se realizó sin manipular e la variable de la gestión de calidad en atención al cliente.</p> <p>Transversal: porque se realizó en un determinado tiempo.</p> <p>Descriptivo: porque consistió en describir los fenómenos.</p>	<p>Técnica: encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

4.7. Principios éticos:

En el presente trabajo se tuvo muy en cuenta la ética profesional del investigador como: la protección a las personas, beneficencia y no maleficencia, justicia, integridad científica, consentimiento informado y expreso que son los principios más resaltantes para que se lleve una investigación de buena calidad.

Protección a las personas: en el trabajo de investigación en las cuales se trabajó con personas, respetando la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicó que las

personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada.

Beneficencia y no maleficencia: en el trabajo de investigación se aseguró el bienestar de las personas que participaron en la investigación. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia: en el trabajo de investigación el investigador se ejerció un juicio razonable, y se tomó las precauciones necesarias para asegurarse de que sus géneros, y sus capacidades y conocimiento, no toleren prácticas injustas. Se reconoció que las justicias otorgarán a todas las personas que participaron en la investigación derecho a acceder a sus resultados.

Integridad científica: los trabajos de investigación se rigió no sólo la actividad científica de un investigador, sino que se extendió a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. Asimismo, se mantuvo la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

Consentimiento informado y expreso: el trabajo de investigación se contó con la manifestación de voluntad, informada, libre, y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consintieron el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

V. RESULTADOS

5.1. Tabla de Resultados:

Tabla 1.

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, año 2017.

Datos Generales	n	%
Edad		
18-30 años	7	46.00
31-50 años	4	27.00
51 a más años	4	27.00
Total	15	100.00
Género		
Masculino	8	53.00
Femenino	7	47.00
Total	15	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	5	33.00
Educación básica	6	40.00
Superior no universitaria	4	27.00
Superior universitaria	0	0
Total	15	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	10	67.00
Administrador	5	33.00
Total	15	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	6	40.00
4 a 6 años	5	33.00
7 a mas	4	27.00
Total	15	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de calzado de la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017.

De la empresa	n°	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	5	40.00
4 a 6 años	4	27.00
7 a mas	6	33.00
Total	15	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	9	60.00
6 a 10 trabajadores	5	33.00
11 a más trabajadores	1	7.00
Total	15	100.00
Las personas que trabajan en su empresa		
Familiares	1	7.00
personas no familiares	14	93.00
Total	15	100.00
Objetivos de creación		
Generar ganancia	13	87.00
Subsistencia	2	13.00
Total	15	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017.

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en atención al Cliente de las Micro y pequeñas empresas en el sector comercio-rubro venta minorista del Distrito de Chimbote, año 2017.

Gestión de calidad en Atención al cliente	n	%
Conoce el termino gestión de calidad		
Si	6	40.00
No	7	47.00
Tengo cierto conocimiento	2	13.33
Total	15	100.00
Técnicas modernas de las gestión de calidad conoce		
Benchmarking	1	7.00
Atención al cliente	6	40.00
Empowerment	1	7.00
Las 5 s	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	3	20.00
Ninguno	4	27.00
Total	15	100.00
Dificultades de los trabajadores en la gestión de calidad		
Poca iniciativa	5	33.00
Aprendizaje lento	2	13.00
No se adapta a los cambios	2	13.00
Desconocimiento del puesto	4	27.00
Otros	2	13.00
Total	15	100.00
Técnicas para medir el rendimiento		
La observación	8	53.00
La evaluación	3	20.00
Escala de puntuaciones	1	7.00
Evaluación de 360	0	0.00
Otros	3	20.00
Total	15	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de calzado del Distrito de Chimbote, 2017.

Continua....

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y pequeñas empresas en el sector comercio-rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017.

Gestión de Calidad en Atención al cliente	n	%
La gestión de la calidad mejora el rendimiento del negocio		
Si	13	87.00
No	2	13.00
Total	15	100.00
La gestión de calidad ayuda a los objetivos y metas trazados por la empresa		
Si	12	80.00
No	1	7.00
A veces	2	13.00
Total	15	100.00
Conoce el termino atención al cliente		
Si	13	73.00
No	2	13.00
Tengo cierto conocimiento	0	0.00
Total	15	100.00
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a su cliente		
Si	11	73.33
No	3	20.00
A veces	1	6.67
Total	15	100.00
La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento		
Si	12	80.00
No	3	20.00
Total	15	100.00
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	6	40.00
Confianza	4	27.00
Retroalimentación	3	20.00
Ninguno	2	13.00
Total	15	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista del calzado en la zona céntricas del Distrito de Chimbote, 2017.

Continua....

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en atención al Cliente de las Micro y pequeñas empresas en el sector comercio-rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote de la, año 2017.

Concluye...

Gestión de Calidad en Atención al cliente	n	%
Factores de calidad al servicio		
Atención personalizada	6	40.00
Rapidez en la entrega de los productos	5	33.00
Las instalaciones	2	13.00
Ninguna	2	13.00
Total	15	100.00
La atención que brinda al cliente		
Buena	15	100.00
Regular	0	0.00
Mala	0	0.00
Total	15	100.00
Sé está dando una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	1	7.00
Por una mala organización de los trabajadores	8	53.00
Si brindan una buena atención al cliente	6	40.00
Total	15	100.00
Resultados de una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	4	27.00
Fidelización de los clientes	1	7.00
Posicionamiento de la empresa	6	40.00
Incremento en las ventas	4	27.00
Total	15	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017.

5.2 Análisis de Resultados:

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas en atención al cliente del sector comercio-rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017.

Edad: El 46% de los representantes de las mypes tienen de 18 a 30 años de edad, lo que contrasta con el resultado obtenido por Acosta, (2017) en su investigación menciona que el 71,4% tienen entre 31 a 50 años de edad, contrastan con los resultados encontrados por Horna, (2017) donde indica que el 60 % tienen de 40 a 49 años de edad, también contrastan con los resultados encontrados por Barco, (2017) donde indica que el 57,1% tienen de 31 a 50 años de edad, contrastan con los resultados encontrados por Aliaga, (2017) que hace mención que el 50% tienen de 45 a 64 años de edad. seguidamente contrastan con los resultados de Meza, (2017) donde menciona que el 50% tienen de 30 a 44 años de edad, por último contrastan con los resultados encontrados por Rengifo, (2017) en donde indica que el 36,4% tienen de 40 a 50 años de edad. Se puede decir que actualmente la mayoría de personas que representan a estas empresas al rubro de venta minorista de calzado en la ciudad de Chimbote son personas jóvenes con capacidad de poder administrar un negocio.

Género: El 53 % de personas que representan a estas mypes son del género masculino, lo que coincide con el resultado encontrado por Barco, (2017) en donde hace mención que el 85,7 son de género masculino. Estos resultados coinciden con Rengifo, (2017) quien indica que el 72,7% de los encuestados son de género masculino, que también coinciden con Horna, (2017) en donde indica que el 70 % de los representantes legales son del sexo masculino, esto contrastan con los resultados encontrados por Meza, (2017) donde hace mención que el 80% son mujeres, también contrastan con los resultados encontrados por Aliaga,(2017) quien indica que el 66.7% de los representantes legales estudiados son del sexo femenino, estos contrastan con los resultados encontrados por Acosta, (2017) quien menciona que el 64,3% de los representantes son mujeres. Esto nos demuestra que actualmente los representantes de las mypes son de género masculino, tienen mayor capacidad de

administrar una empresa.

Grado de Instrucción: El 40 % de los representantes tienen educación básica, lo que coincide con los resultados encontrados por Meza, (2017) donde indica que el 70% tienen grado de instrucción secundaria., estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Acosta, (2017) quien indica que el 42,8% tienen secundaria completa, estos coinciden con los resultados encontrados por Rengifo, (2017) quien indica que el 36,4% tienen grado de instrucción secundaria. Estos resultados contrastan con Aliaga, (2017) en donde en su investigación menciona que el 66,7% son de nivel técnico, esto contrasta con los resultados encontrados por Barco, (2017) quien indica que el 57,1% de los representantes tienen estudios superiores, estos contrastan con los resultados encontrados por Horna, (2017) quien menciona que el 50% de los representantes legales poseen grado de instrucción superior técnica. Esto demuestra que la mayoría quienes manejan las mypes son personas con secundaria completa.

Cargo que desempeñan: El 67% de las personas que están a cargo de micro y pequeñas empresas son los mismos dueños, lo que coincide con los resultados encontrados por Barco, (2017) en donde hace mención que el 77,4% de los representantes de las mypes son los dueños. Estos resultados contrastan con Acosta, (2017) donde en su investigación menciona que el 85,7 son administradores. En la actualidad en las micro y pequeñas empresas están administradas por los propios dueños.

Tiempo en el cargo: El 40% tienen de 0 a 3 años tiempo desempeñándose en el cargo, lo que contrasta con los resultados encontrados por Barco, (2017) quien indica que el 77,4% de las mypes llevan en el cargo más de 7 años. Entonces en la actualidad los representantes en las micro y pequeñas empresas de sector comercio, rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica de la ciudad de Chimbote llevan poco tiempo en el negocio.

Tabla 02. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017.

Tiempo en el rubro: El 40% de las micro y pequeñas empresas tienen tiempo de permanencia de 0 a 3 años, lo que contrastan con los resultados encontrados por Barco, (2017) en donde indica que el 77,4% llevan en el cargo más de 7 años, esto contrasta con los resultados encontrados por Acosta, (2017) quien menciona que el 57,1% tienen de 7 años a más, estos contrastan con los resultados encontrados por Meza, (2017) donde indica que el 50% llevan en el rubro de 6 años a más. Por el momento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica en la ciudad de Chimbote son pocos los años que están en el mercado.

Número de trabajadores: El 60% de las micro y pequeñas empresas cuentan de 1 a 5 trabajadores, lo que coincide con los resultados encontrados por Barco, (2017) quien indica el 100 % tienen entre 1 a 5 colaboradores, estos coinciden con los resultados encontrados por Meza, (2017), quien indica que el 90% de los representantes tiene entre 1 a 4 trabajadores. Estos resultados contrastan con Acosta, (2017) donde hace mención que el 57,1% de las mypes tienen de 6 a 10 trabajadores. Entonces en las mypes no se cuenta con numerosos trabajadores, basta de 1 a 5 trabajadores para abastecerse.

Personas que laboran: El 93% que trabajan en las micro y pequeñas empresas son personas no familiares, en lo que coincide con los resultados encontrados por Barco, (2017), quien indica que el 85,7% de las mypes tienen como trabajadores a personas no familiares, esto coincide con los resultados encontrados por Acosta, (2017) donde indica que el 64,3% son personas no familiares. Se puede decir que actualmente trabajadores de las Mypes prefieren contratar a personas que no formen de su entorno familiar.

Objetivo de creación: El 87% mencionan que el objetivo de su creación es generar ganancia, lo que coincide con los resultados encontrados por Barco, (2017) quien indica que el 100,0% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, estos resultados coinciden con Acosta, (2017) quien indica que el 78,6% se creó con el objetivo de generar ganancias. Entonces la creación de las mypes es un factor para generar ganancias.

Tabla 03. Características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica del Distrito de Chimbote, 2017.

Termino Gestión de calidad: El 47% desconocen el termino gestión de calidad, lo que coincide con los resultados encontrados por Meza, (2017) quien indica que el 80% de los representantes desconocen los alcances de una gestión de calidad, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Barco, (2017) quien indica que el 57,1% no conocen del término gestión de calidad. Estos contrastan con los resultados encontrados por Acosta, (2017) quien indica que el 57,1% de los representantes respondieron que tienen cierto conocimiento sobre gestión de calidad. Entonces se puede deducir que muchos representantes de estas mypes, no tiene conocimiento del tema de gestión de calidad dentro de una empresa.

Técnica moderna: El 40% conocen la técnica moderna atención al cliente, en lo que coincide con los resultados encontrados por Barco, (2017) en donde hace mención que el 71, 4 de los representantes de las mypes aseguran que conocen la técnica la atención al cliente. Esto contrasta con los resultados encontrados por Acosta, (2017) en donde hace mención que el 42,8% de los representantes respondieron que conocen las 5 s. Se puede apreciar conocen la técnica de la atención al cliente.

Dificultades para implementar la gestión de calidad: El 33% tienen dificultades de poco iniciativa, lo que coincide con los resultados encontrados por Barco, (2017) que hace mención que el 85,7 de los representantes de las mypes aseguran que el personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad. En las mypes los

problemas que hay en la gestión de calidad en la falta de la poca iniciativa que tiene el personal.

Técnica para medir el rendimiento: El 53% miden la técnica de la observación para el rendimiento del personal, lo que coincide con los resultados encontrados por Barco, (2017) quien indica que el 100,0% de los representantes de la mypes miden el rendimiento del personal a través de la observación, estos coinciden con Acosta, (2017) quien indica que el 57,1% conocen la técnica para medir el rendimiento del personal mediante la observación. En la actualidad los microempresarios miden el rendimiento de su personal a través de la observación.

Rendimiento del negocio a través de gestión de calidad: El 87% mencionan que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, en lo que coincide con los resultados encontrados por Acosta, (2017) quien indica que el 100% respondieron que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, esto coincide con los resultados encontrados por Barco, (2017) quien indica que el 57,1% aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. Se puede decir que la gestión de calidad en las empresas es un factor muy importante.

Gestión de calidad, ayuda a alcanzar objetivos y metas: El 80% afirman que la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa., en lo que coincide con los resultados encontrados por Acosta, (2017) quien indica que el 71,4% respondieron que la gestión de calidad sí ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización. Esto demuestra que la gestión de calidad ayuda muchos con los objetivos y metas trazados por la empresa.

Termino atención al cliente: El 87% dicen conocer el termino atención al cliente, en lo que coincide con los resultados encontrados por Acosta, (2017), quien indica que el 78,6% respondieron que tienen cierto conocimiento sobre el termino atención al cliente, esto coincide con los resultados encontrados por Barco, (2017) quien menciona que el 57,1 aseguran que conocen el término atención al cliente.

Actualmente la gran parte tienen conocimiento de lo que es la atención al cliente.

Aplica la gestión de calidad al brindar el servicio: El 73 % si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a su cliente, en lo que coincide con los resultados encontrados por Barco, (2017) quien que el 85,7% de los representantes de las mypes aplican gestión de calidad en el servicio que brindan. Entonces se puede decir que dejan satisfechos al cliente con un buen servicio e información, y más que eso para mantenerse en el mercado.

Atención al cliente; fundamental para el regreso al establecimiento: El 80% afirma que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento, en lo que coincide con los resultados encontrados por Barco, (2017) quien indica que el 71,5% de los representantes de las mypes consideran que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. Entonces actualmente tienen en cuenta que una buena atención al cliente, hace que esta regrese por un producto o servicio.

Herramienta para un buen servicio de calidad: El 40% utiliza para un buen servicio de calidad la herramienta de la comunicación, en lo que contrastan con los resultados encontrados por Barco, (2017) donde hace mención que el 71,4% de los representantes de las mypes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. Actualmente se puede decir que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado en la ciudad de Chimbote, utiliza la herramienta de la comunicación, esta función es muy importante en un excelente servicio.

Factor para un servicio de calidad: El 40% de los encuestados mencionan que el factor que brinda para la calidad al servicio es la atención personalizada, en lo que coincide con los resultados encontrados por Barco, (2017) quien manifiesta que el 85,7% de los representantes de las mypes consideran como factor importante en el servicio es atención personalizada. Entonces en la actualidad las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado aplican la atención

personalizada, ellos prefieren dar un trato directo, tomar en cuenta sus necesidades, sus preferencias o gustos del cliente.

La atención que brinda al cliente: El 100% afirman que la atención que brinda es buena, en lo que contrasta con los resultados encontrados por Barco, (2017) quien manifiesta que el 57,1% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que la atención que brindan es regular. En la actualidad las micro y pequeñas empresas de sector comercio, rubro venta minorista de calza del Distrito de Chimbote, brindan una buena atención al cliente, esto logrará mayor lealtad, mayor venta, etc.

Porque se está dando una mala atención al cliente: El 53% considera que está dando una mala atención al cliente por una mala organización de los trabajadores, en lo que coincide con los resultados encontrados por Barco, (2017) en donde indica que el 100,0% de los representantes de las mypes consideran que no brindan una buena atención al cliente por una mala organización del personal. Entonces en la actualidad las micro y pequeñas empresas consideran que la mala atención que esta esta brindado, es por motivos de una mala organización de los colaboradores.

Resultados brindados por una buena atención al cliente: El 40% de los encuestados afirman que los resultados logrados al brindar una buena atención al cliente fue el posicionamiento de la empresa, en lo que contrastan con los resultados encontrados por Barco, (Barco) que hace mención que el 71,4% cuentan con clientes más satisfechos, gracias a la calidad en el servicio. Las mypes del sector comercio, rubro venta minorista de calzado en la zona céntrica de la ciudad de Chimbote. Hoy en día han logrado con una buena atención al cliente el posicionamiento en el mercado.

VI.CONCLUSIONES

La mayoría son del género masculino, son dueños de las mypes. La minoría tienen a cargo de 0 a 3 años, tienen grado de instrucción básica y están siendo dirigidas por personas de entre 18 a 30 años de edad.

La mayoría que laboran en la empresa son personas ajenas a su entorno familiar, las mypes son creadas con el objetivo de generar ganancia, que cuentan con 1 a 5 trabajadores. La minoría simple tiene de permanencia de 0 a 3 años en el rubro.

La totalidad respondieron que brindan una buena atención al cliente, consideran que se está dando una mala atención al cliente por una mala organización de los trabajadores, la gestión de calidad contribuye con el mejoramiento del negocio, en el cual afirman que si les ayuda la gestión de calidad a alcanzar sus objetivos y metas trazadas, conocen el término atención al cliente, donde aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a los clientes, afirman que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese al establecimiento, no tienen conocimiento sobre gestión de calidad, aseguran conocer como técnica la observación para medir el rendimiento del personal. La minoría simple conocen como técnica moderna la atención al cliente, que la poca iniciativa es lo que impide que los trabajadores implementen la gestión de calidad, la comunicación es la herramienta más utilizada para un servicio de calidad, el principal factor de calidad de servicio que brindan es la atención personalizada y aseguran que lograron un posicionamiento de su empresa por una buena atención al cliente.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Implementar taller en atención al cliente, gestión, etc. programas que beneficiará a su empresa, a su personal y al cliente, ya que no tuvieron el privilegio de estudiar una carrera superior.

Realizar, no solo medir el rendimiento del personal a través de la observación, también hay que considerar la técnica de la evaluación porque esto ayuda a implementar estrategias y afinar la eficacia, esto para la mejora en el desarrollo de sí misma.

Utilizar la herramienta de la confianza hacia los clientes, de tal manera si transmites confianza, aseguras ser sincero, eficiente, la confianza es el factor clave en los servicios, es importante inspirar confianza hacia los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, M. (2017) *Gestión de Calidad en la Capacitación en ventas de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016.* Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3721/MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_GESTION_DE_CALIDAD_ACOSTA_TEJADA_MARIANELLA_ROSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aliaga, J. (2017). *Gestión de Calidad bajo en enfoque de Atención al Cliente de las mypes del sector comercio, rubro Boticas del Distrito de Manantay, 2017.* Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4947/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_ALIAGA_GARRIDO_JESUS_EULER.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ávila, P. (2012). *Surgimiento de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) e impacto de los Microcréditos sobre la reducción de la pobreza. El caso de Lima Metropolitana (Perú).* Recuperado de: <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/gezki/article/download/6642/6080>
- Barco, M. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.* Recuperado de: https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_1c8fadef5aa22b2de75ea9b35e6c381d
- Camino, R. (s.f). *La gestión empresarial en la actualidad.* Recuperado de, <http://www.empresadehoy.com/la-gestion-empresarial-en-la-actualidad/>
- Cerezo, P. (s.f). *La calidad del servicio como elemento estratégico para fidelizar al cliente.* Recuperado de: <http://www.teleworkspain.com/Art012.htm>
- Diario el Comercio, Perú, Lima, (2018). *Mypes representan el 98% de empresas que venden al Estado.* Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/mypes-representan-98-empresas-venden-noticia-519925>

- Diario el Economista, (2013). *Nueve errores que cometen las pymes y que se pueden evitar*. Recuperado de, <http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/5111725/09/13/Nueve-errores-que-cometen-las-pymes-y-que-se-pueden-evitar.html>
- Diario Forbes, (2015). *Los errores más comunes de las PYMES*. Recuperado de, <https://www.forbes.com.mx/cuales-son-los-errores-mas-comunes-de-las-pymes/>
- Gullo j. & Nardulli J. (2015). *Gestión Organizacional*. Editorial Maipue, Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3429302&query=gestion>
- Hernández, H., Barrios, I. & Martínez, D. (2017). *Gestión de la Calidad: Elemento Clave para el Desarrollo de las Organizaciones*. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=10&sid=a381c278-9026-4311-9898-5aea7ba0addb%40sessionmgr101>
- Horna, C. (2017) *Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio - rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045565>
- Huaraz en Línea, (2017). *Mypes y emprendedores peruanos podrán demostrar sus buenas prácticas en el concurso “Primero, los clientes”*. Recuperado de: <http://www.huarazonline.com/noticias/empresas/21/01/2017/mypes-y-emprendedores-peruanos-podran-demostrar-sus-buenas-practicas-en>
- Ley N°28015 *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (promulgada el 3 de Julio del 2003)*. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Meza, F. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo año 2017*. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4053/GEST>

ION_DE_CALIDAD_Y_ATENCION_AL_CLIENTE%20_MEZA_PAL
ACIOS_FIORELLA_NOEMI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lopera, L. (s.f). “*Actitudes y tipos de servicio al cliente*”. Recuperado el 18 de agosto del 2017 de, <http://tipserviccliente.blogspot.pe/p/actitudes-y-tipos-de-servicio-al.html>

Fernández, M. (2014). *5 Estrategias Infalibles Para Fidelizar A Los Clientes De Tu Ecommerce*. Recuperado de, <https://www.lancetalent.com/blog/5-estrategias-infalibles-fidelizar-clientes-ecommerce/>

Rengifo, J. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercio, rubro casas de cambio, en el distrito de Calleria, año 2017*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045708>

Revistas Expansión, (2014). *Diez errores que hacen perder clientes y soluciones para retenerlos*. Recuperado de: <http://www.expansion.com/2014/10/27/pymes/1414424952.html>

Romero, F. (2016). *Problemas que impiden que las pymes logren el éxito*. Recuperado de: <http://www.pqs.pe/actualidad/problemas-que-impiden-que-las-pymes-logren-el-exito>

Soto, B. (s.f). *Tipos de clientes*. Recuperado de, <https://www.gestion.org/marketing/atencion-cliente/30546/tipos-de-clientes/>

Valero, M. (2013). *La Gestión de Calidad y su influencia en la competitividad alcanzada por las Pymes del Cantón Milagro. Guayaquil, Ecuador*. Recuperado de: <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/LA%20GESTION%20DE%20CALIDAD%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20LA%20COMPETITIVIDAD%20ALCANZADA.pdf>

Anexos

Anexo 1 Cronograma de Actividades:

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	AÑO 2017								AÑO 2018							
		SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRE II			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
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				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					x	x	x	x								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información									X							
7	Elaboración del consentimiento informado										X						
8	Recolección de datos											X					
9	Presentación de resultados												X				
10	Análisis e Interpretación de los resultados													X			
11	Redacción del informe preliminar														X		
13	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación															X	
14	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación																X
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																X
16	Redacción de artículo científico																x

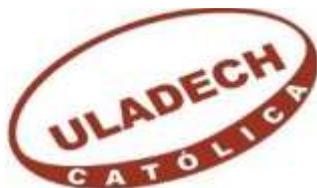
Anexo 2: Esquema de presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
Impresiones	25.00	3	75.00
Fotocopias	20.00	2	40.00
Empastado	50.00	1	50.00
Papel bond A-4 (500 hoja)	10.00	2	24.00
Lapiceros	2.50	3	7.5
Servicios			192.50
Uso de turnitin	50.00	2	100.00
Sub Total			292.50
Gastos de Viaje			
Pasajes para recolectar información	15.00	3	45.00
Sub total			337.50
Total Presupuesto desembolsable			
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (s/.)
Servicios			
Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	35.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub Total I			400.00
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub Total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total			989.50

Anexo 3: Cuadro de Sondeo

N° de Mype	NOMBRE	REPRESENTANTE	RUC
1	Multi Shoes E.I.R.L.	Anónimo	20542198819
2	Sport Antony	Anónimo	20445795292
3	Satadium E.I.R.L.	Anónimo	20445392503
4	Lucky Global Fashion SAC	Anónimo	20482527702
5	Inversiones Caimar Shoes E.I.R.L.	Anónimo	20553629048
6	Calzado Brunnella E.I.R.L.	Anónimo	20398103361
7	Calzados V.V. E.I.R.L.	Anónimo	20559642038
8	Calzature Pattys S.A.C.	Anónimo	20559561208
9	Cuzco Palace S.A.	Anónimo	20110119187
10	Zapatería Rolin's S.A.C.	Anónimo	20514205192
11	Mary Shoes S.R.L	Anónimo	20523094841
12	Inver Cab's E.I.R.L	Anónimo	20477454110
13	Zapateria El Milagro	Anónimo	
14	Passos Shoes Stare	Anónimo	
15	Cal Moda	Anónimo	

Anexo 4: Cuestionario de Gestión de Calidad en Atención al Cliente.



**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 DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO VENTA MINORISTA DE CALZADO EN LA ZONA CENTRICA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2017.** Para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas. 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

1.2.Referente a las Características de las micro y pequeñas empresas.

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

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 termino 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 5:

Figuras

Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas

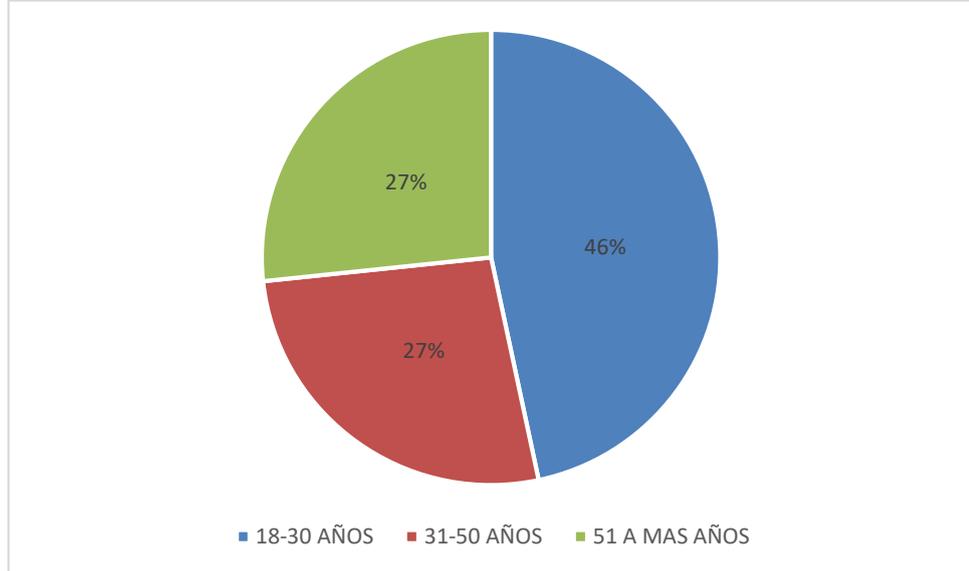


Figura 1. Edad de los representantes
Fuente. Tabla 1

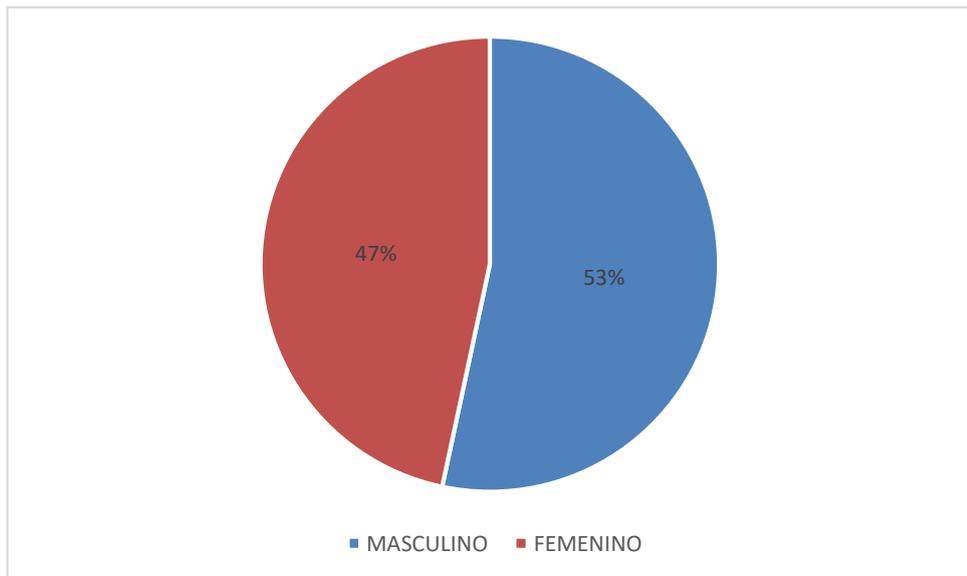


Figura 2. Género de los representantes
Fuente. Tabla 1

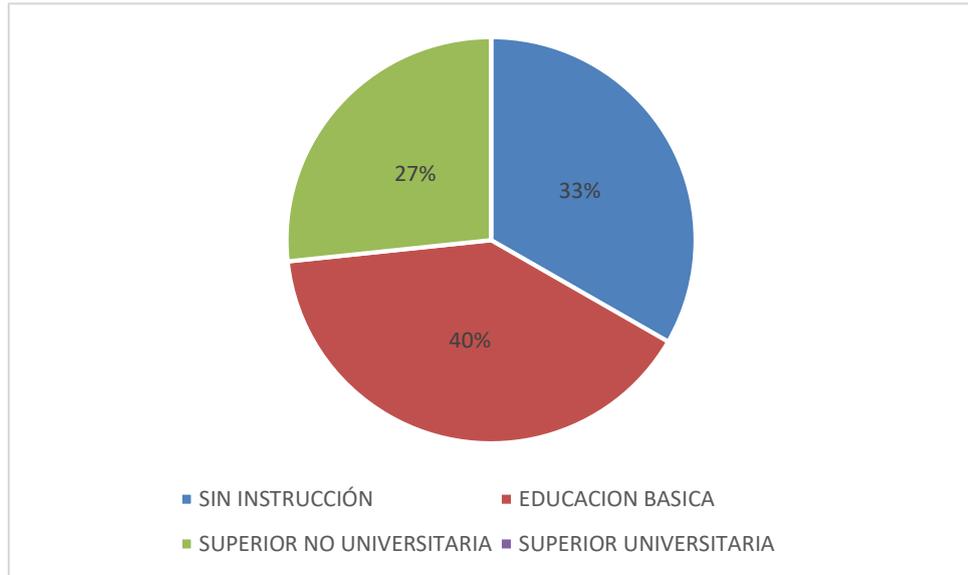


Figura 3. Grado de Instrucción de los representantes

Fuente. Tabla 1

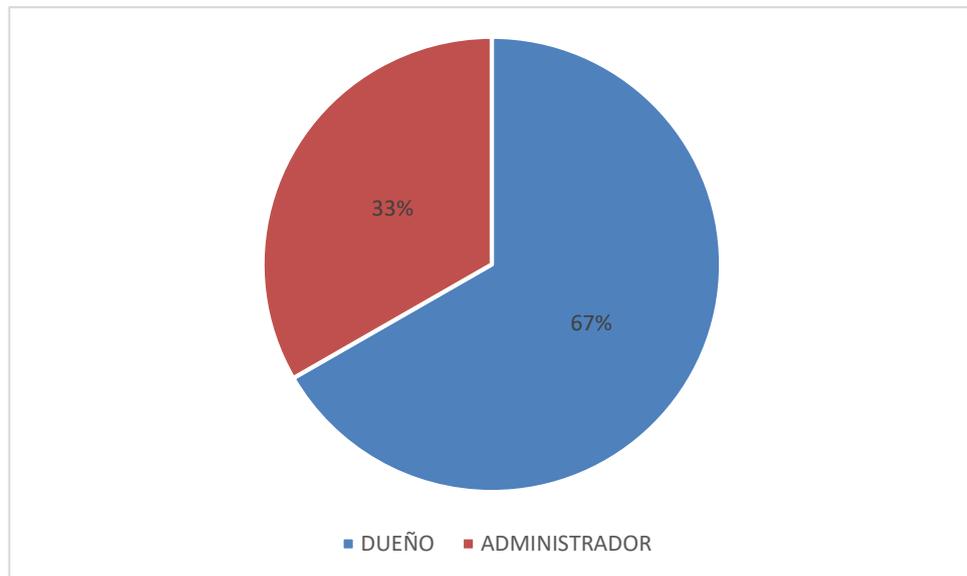


Figura 4. Cargo que desempeña los representantes.

Fuente. Tabla 1

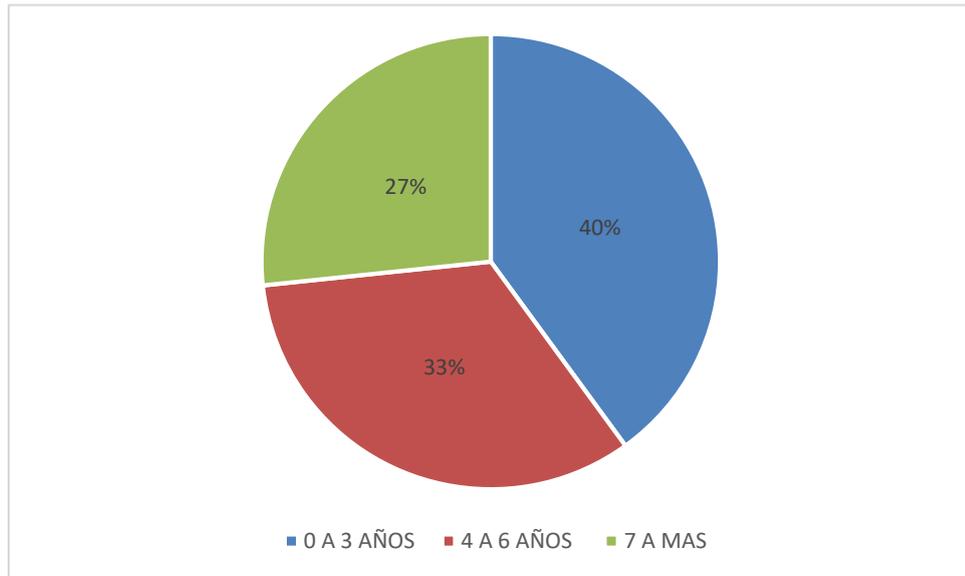


Figura 5. Tiempo que desempeñan en el cargo
Fuente. Tabla 1

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas.

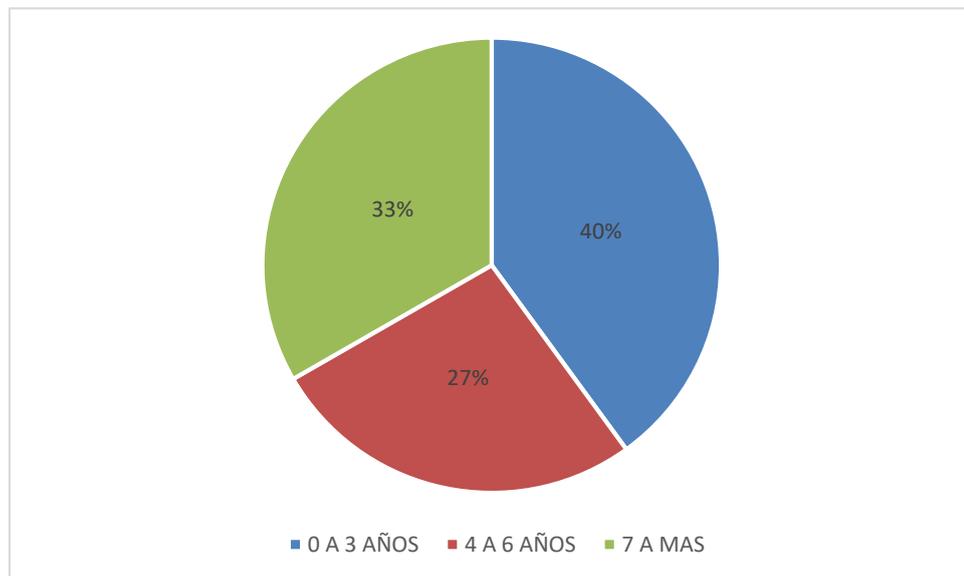


Figura 6. Permanencia de la empresa en el rubro
Fuente. Tabla 1

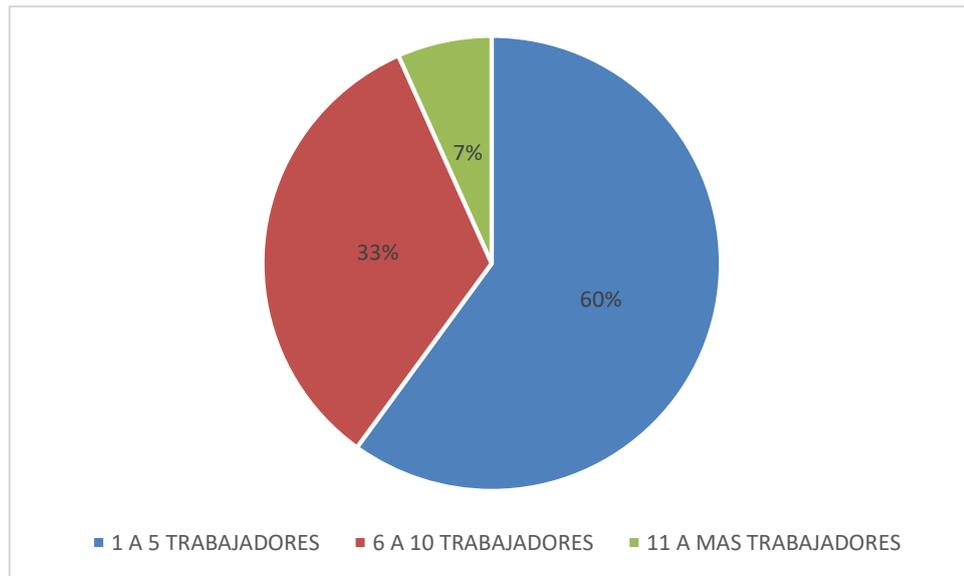


Figura 7. Número de trabajadores
Tabla. 2

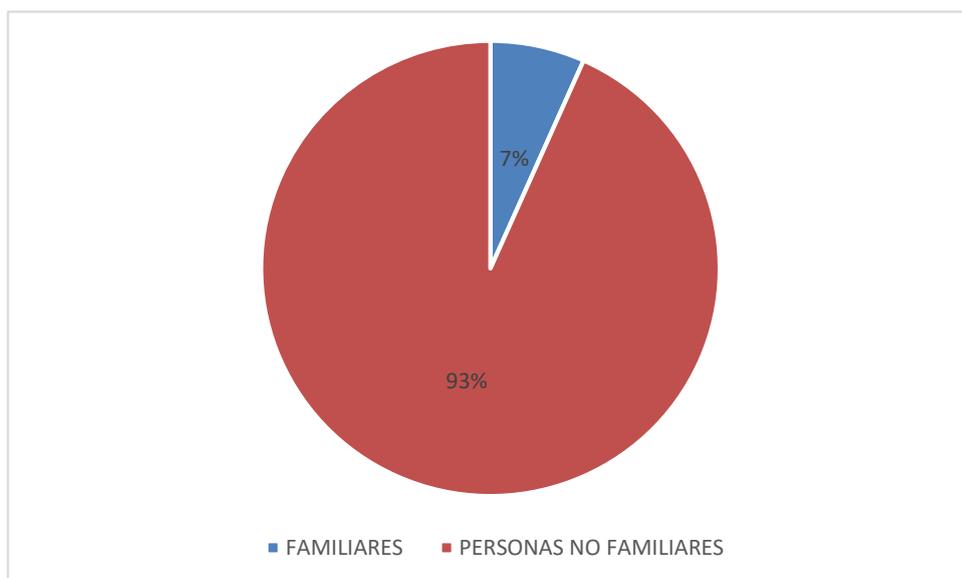


Figura 8. Personas que trabajan en su empresa
Fuente. Tabla 2

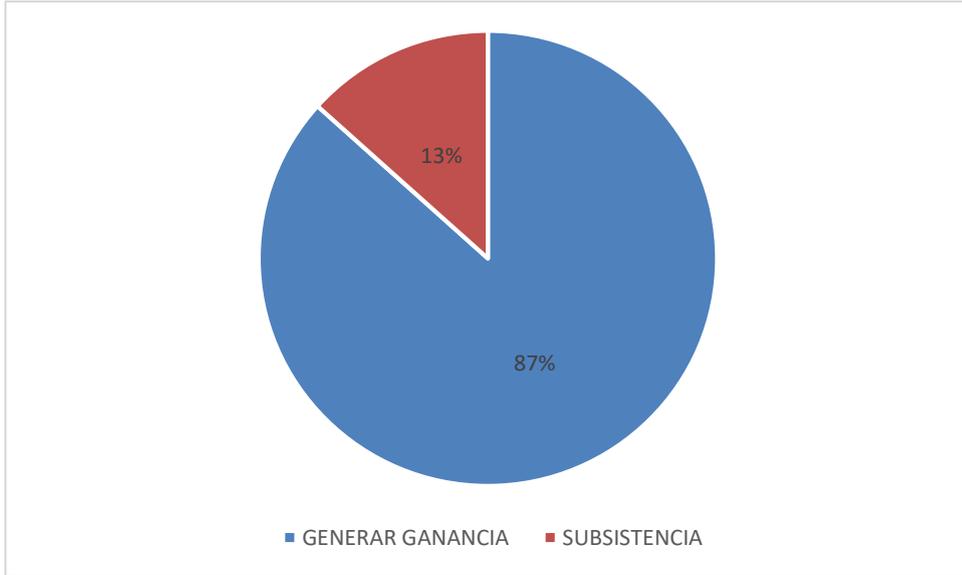


Figura 9. Objetivo de creación
Fuente. Tabla 2

Referente a la variable: gestión de calidad en atención al cliente

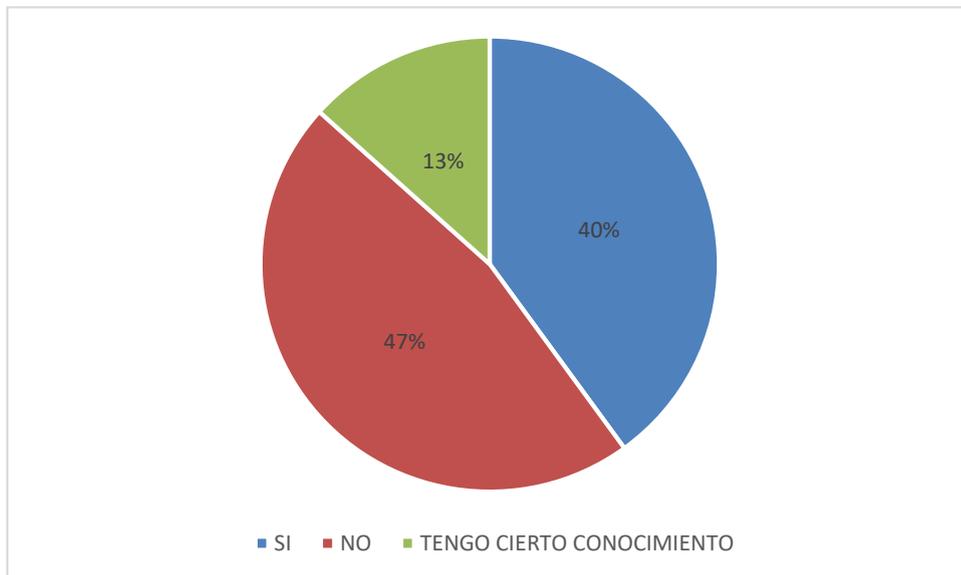


Figura 10. Conocen el término Gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

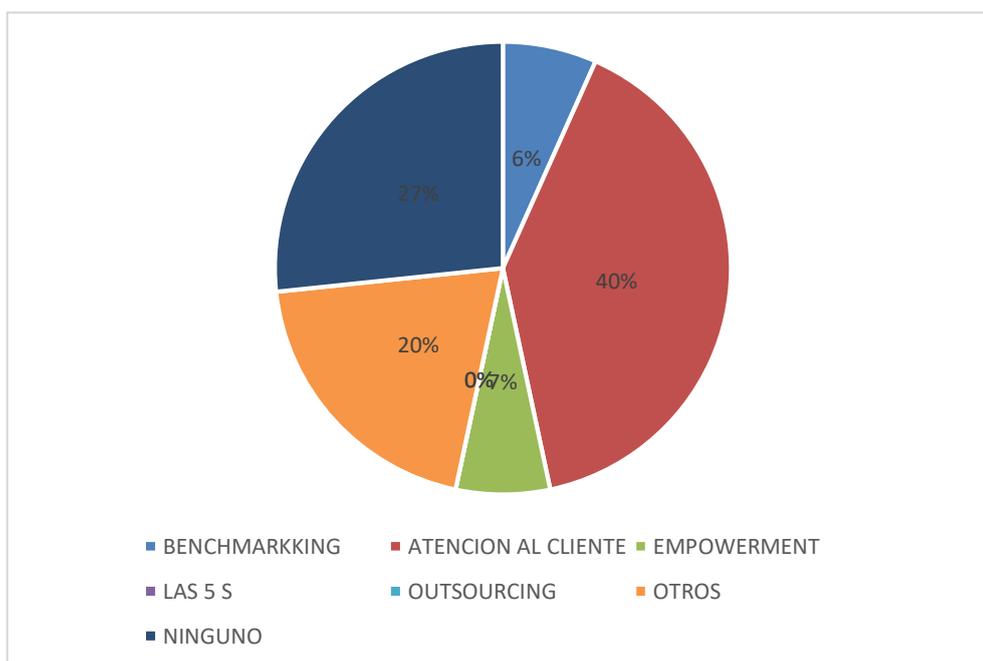


Figura 11. Técnicas modernas de gestión de calidad que conocen.
Fuente. Tabla 3

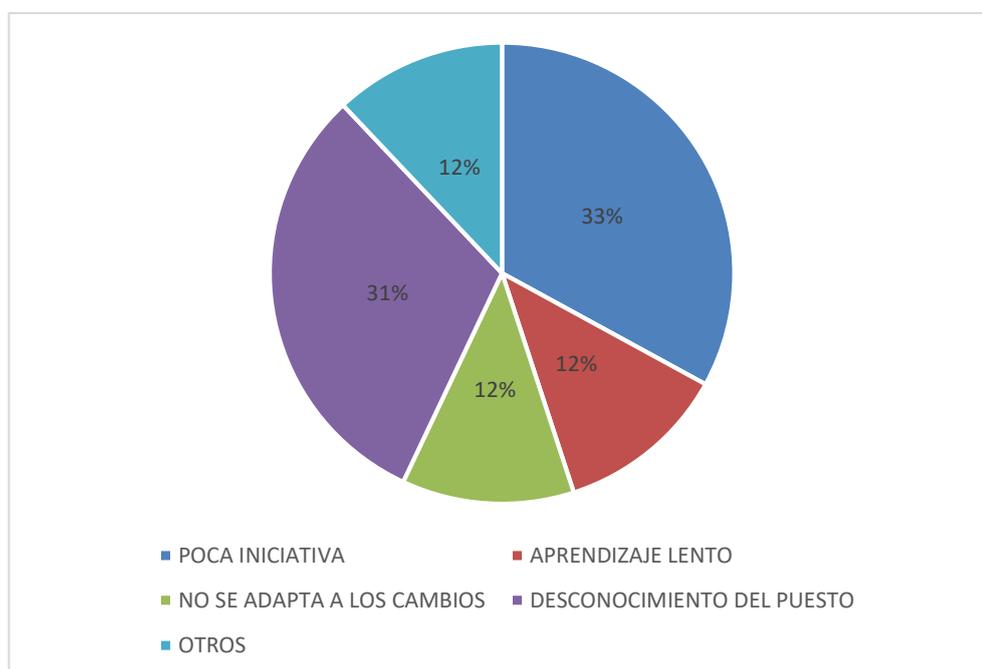


Figura 12. Dificultades de los trabajadores que impiden la implementación de la gestión de calidad.
Fuente. Tabla 3

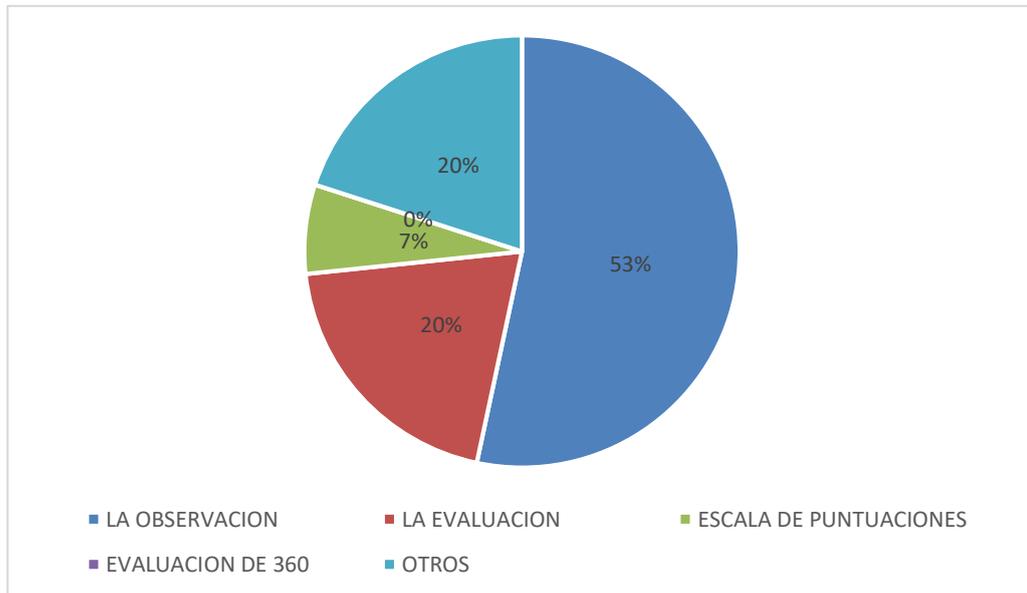


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal conocen
Fuente. Tabla 3

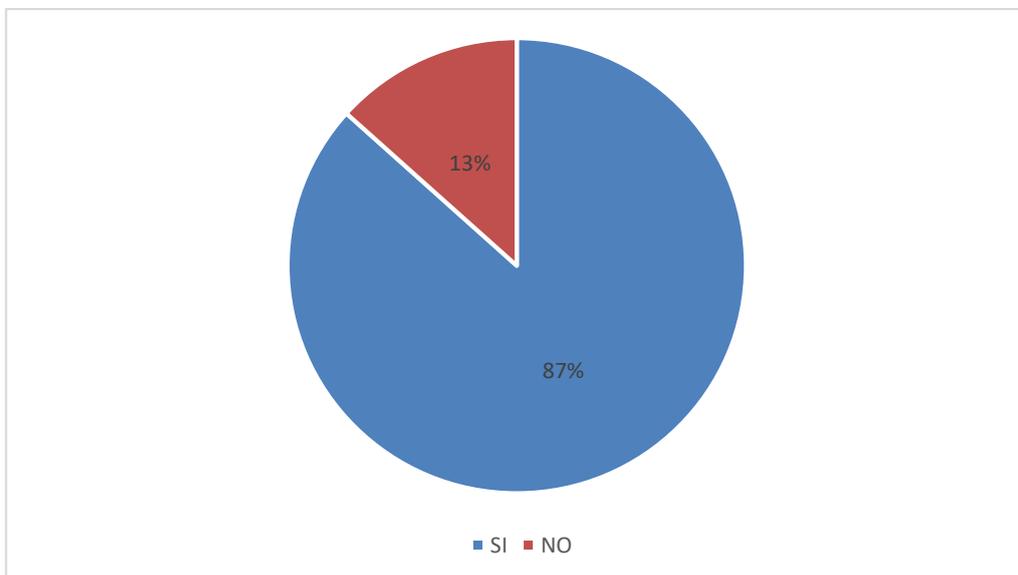


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.
Fuente. Tabla 3

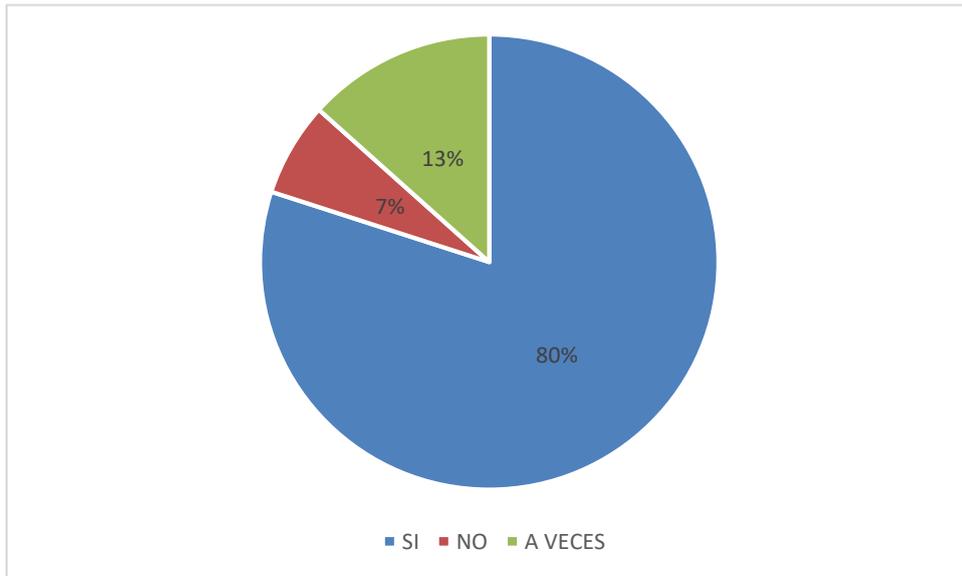


Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa.
Fuente. Tabla 3

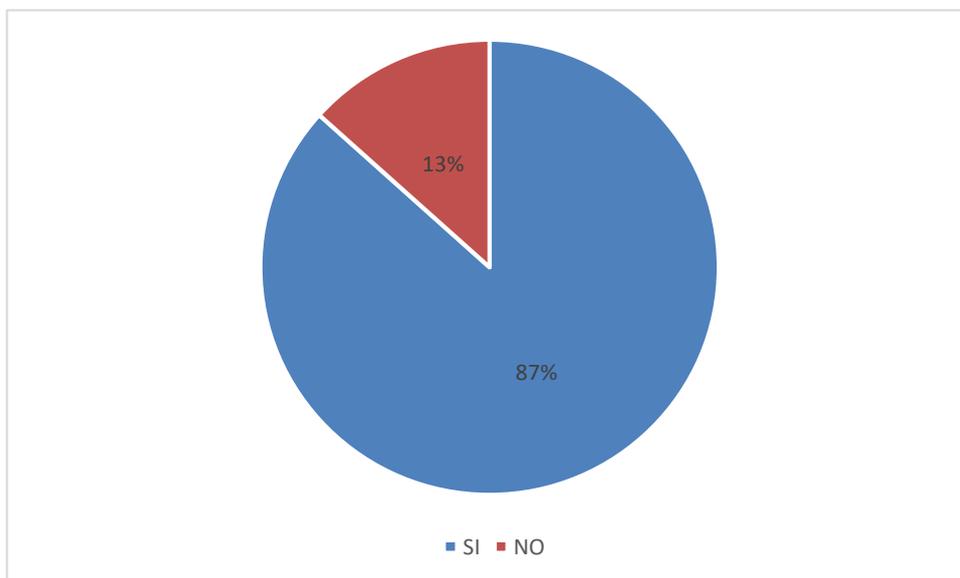


Figura 16. Conocen el término Atención al cliente
Fuente. Tabla 3

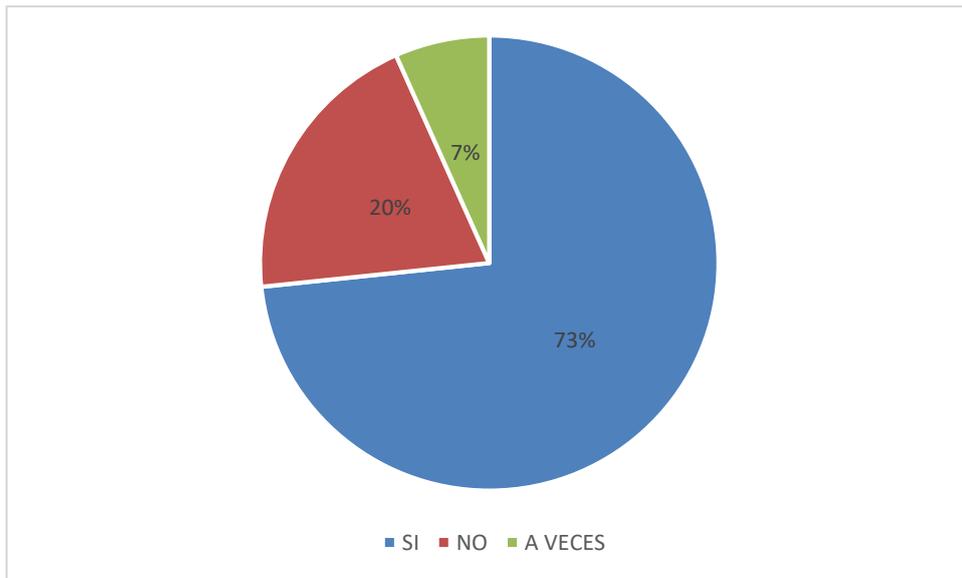


Figura 17. Aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.
Fuente. Tabla 3

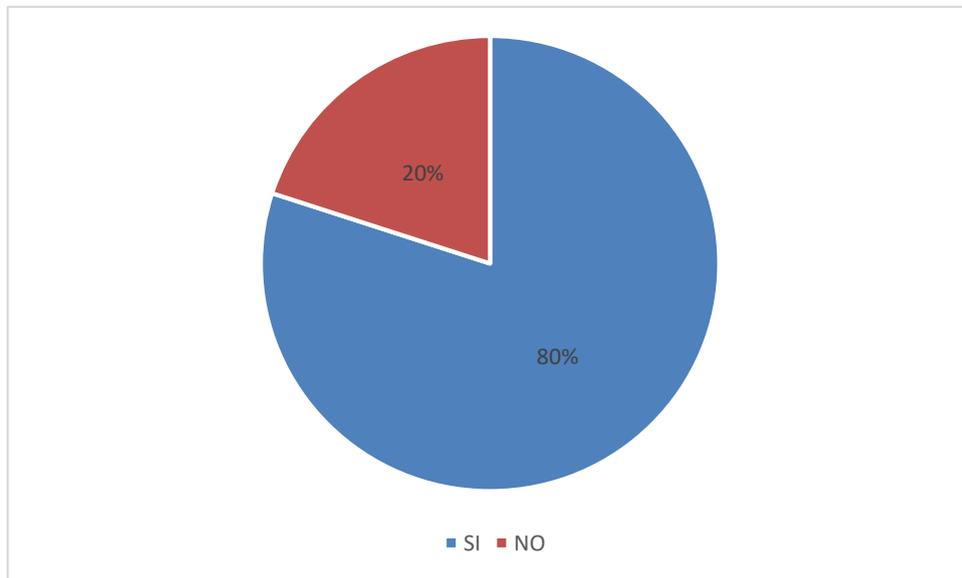


Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento.
Fuente. Tabla 3

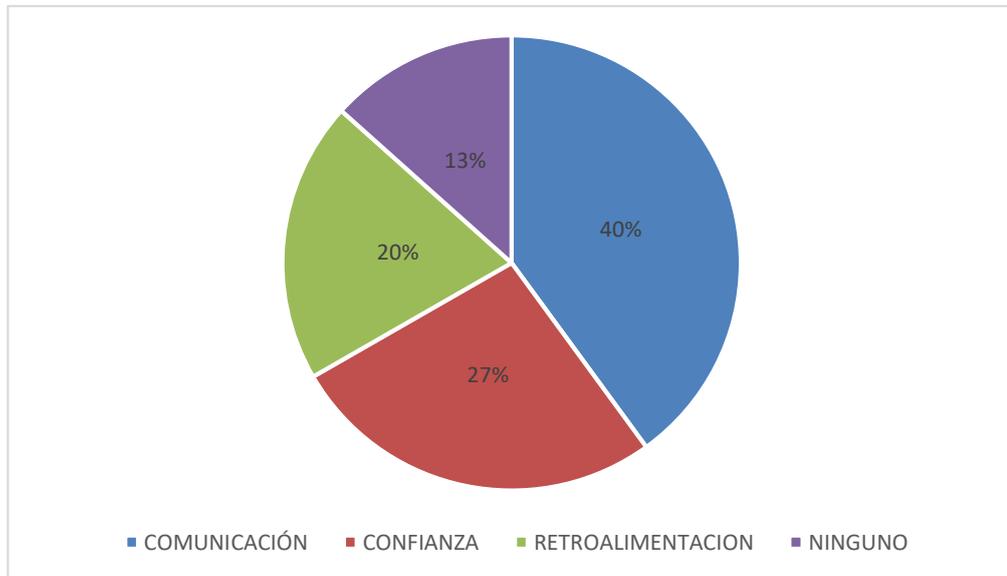


Figura 19. Herramientas que usan para un servicio de calidad.
 Fuente. Tabla 3

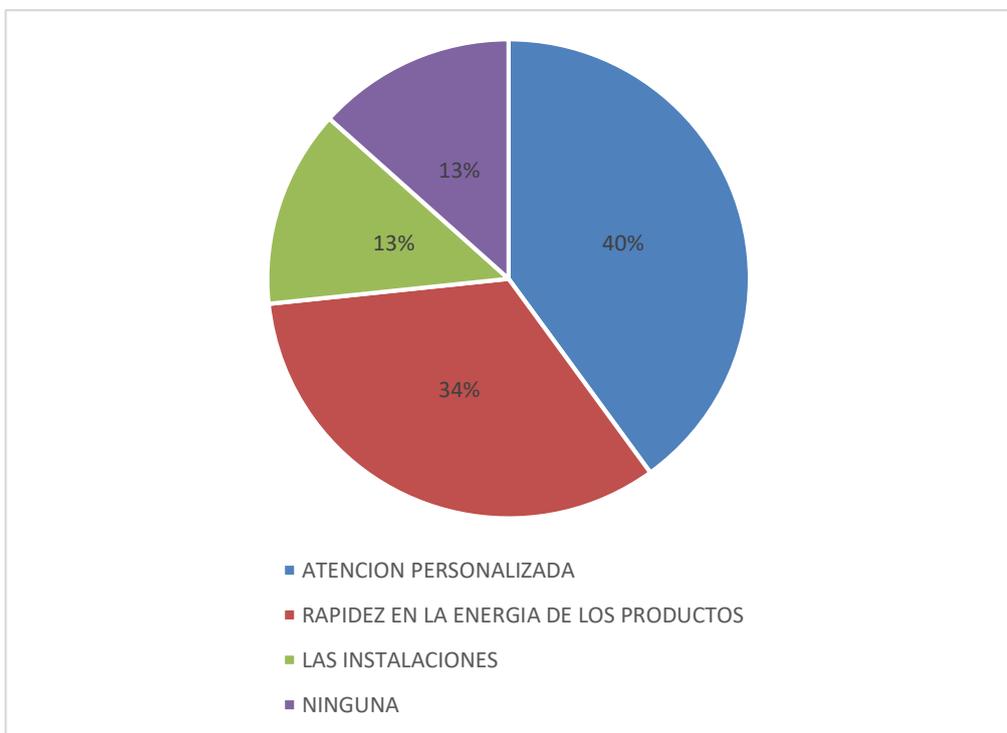


Figura 20. Principales factores que para la calidad al servicio que brinda.
 Fuente. Tabla 3

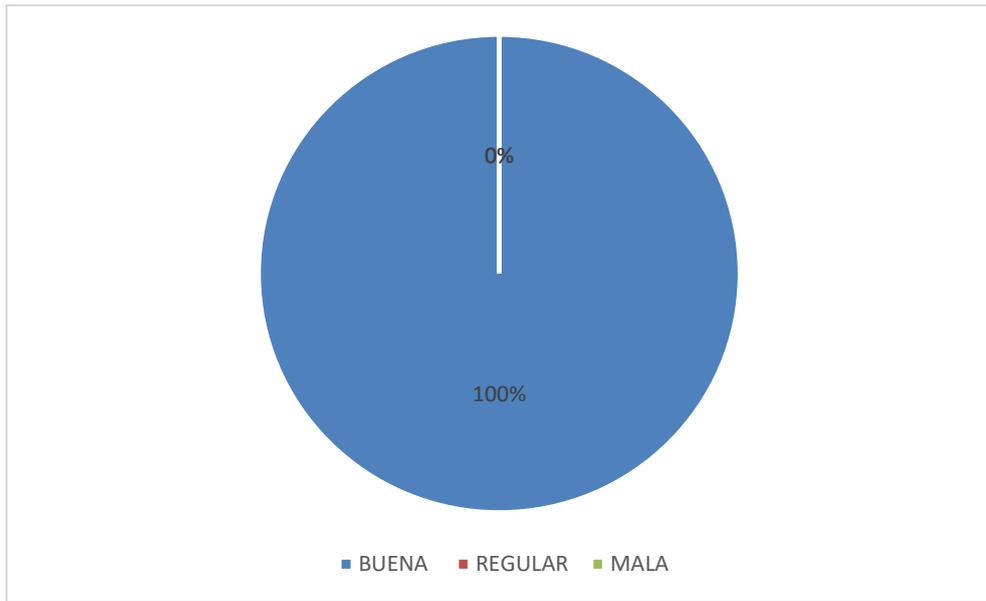


Figura 21. La atención que brinda a los clientes.
Fuente. Tabla 3

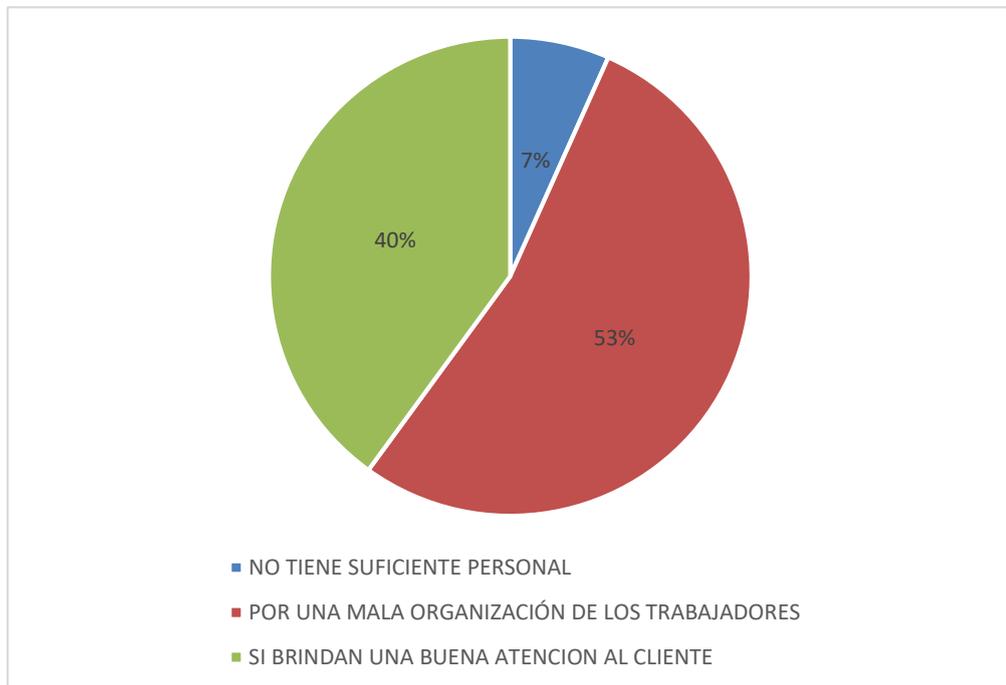


Figura 22. Consideran por qué se está dando una mala atención al cliente.
Fuente. Tabla 3

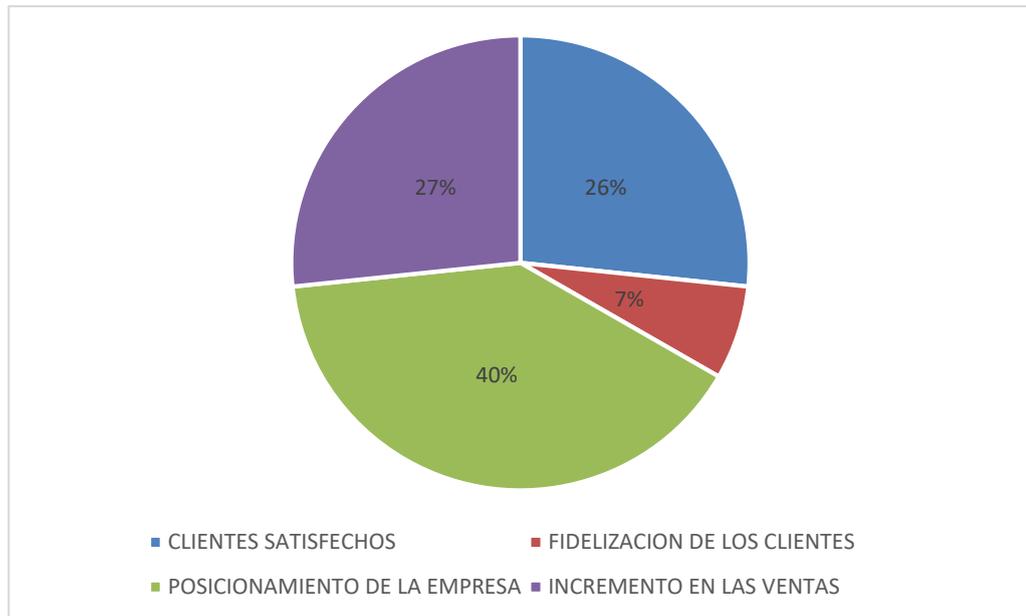


Figura 23. Resultados que han logrado brindado una buena atención al cliente.

Fuente. Tabla 3