

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS, SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE
COMPUTADORAS, DISTRITO DE CHIMBOTE,
PROVINCIA DEL SANTA 2017.CASO “COMPUSOL SAC”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

**GOMEZ GARCIA JENIFER
ORCID: 0000-0002-2077-4279**

ASESOR:

**MGTR. REBAZA ALFARO CARLOS
ORCID: 0000-0002-5066-5794**

CHIMBOTE - PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez
Miembro

Mgtr. Yuli Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

A dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre María por su apoyo incondicional, por sus consejos y por la motivación constante que me permite ser una persona de bien.

A mi asesor Carlos Rebaza por su gran apoyo y motivación y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional.

DEDICATORIA

A Dios, por guiarme en el camino y fortalecerme espiritualmente para empezar un camino lleno de éxito.

A mi madre y hermano, que con sus consejos fueron el motor de arranque y mi constante motivación, muchas gracias por su paciencia y comprensión, y sobre todo por su amor.

A mis docentes y asesores, por su valiosa ayuda definitivamente me han brindado todas las herramientas necesarias para completar mi investigación satisfactoriamente.

RESUMEN

El trabajo de investigación tuvo como objetivo Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de computadoras, del distrito de Chimbote, año 2018 , la investigación es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 22 microempresas, representando el 100% de la población, se aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados:: La mayoría de las Mype encuestadas coinciden con el caso “Compusol” donde sus representantes su edad es de 35 a 45 años (64%) incluido el de la Mype “Compusol sac” , el sexo de los representantes es masculino (68%) salvo ” Compusol sac” que es representada por una dama, las MYPE encuestadas coinciden con “Compusol sac” en el cual la permanencia de su empresa en el mercado son de 6 años a más (68%) lo cual coincide con el caso de la MYPE donde la permanencia de esta empresa , también es mayor de 6 años, La finalidad de su creación es para generar utilidades (91%) asemejándose con el caso de la MYPE tiene una visión y misión . Las MYPE tienen conocimiento de la gestión de calidad también elaboran una adecuada planificación en las actividades reflejándose en el servicio frente a la competencia .concluyendo que los representantes legales no son los propietarios de la mype, son solo encargados y finalmente las mype planifican sus objetivos.

Palabras clave: atención, calidad y mype.

ABSTRACT

The objective of the research work was to determine the characteristics of quality management under the focus of customer service in micro and small businesses in the commerce sector - computer sales, Chimbote district, 2018, the research is of type quantitative, descriptive level, non-experimental - transversal design, to choose a population sample of 22 micro-enterprises, representing 100% of the population, a questionnaire of 23 questions was applied, using the survey technique, obtaining the following results :: Most Mype respondents agree with the case "Compusol" where their representatives their age is 35 to 45 years (64%) including that of the Mype "Compusol sac", the sex of the representatives is male (68 %) except "Compusol sac" that is represented by a lady, the MSEs surveyed coincide with "Compusol sac" in which the permanence of their dam in the market are 6 years to more (68%) which coincides with the case of the MSE where the permanence of this company, is also greater than 6 years, The purpose of its creation is to generate profits (91%) Similar to the case of the MYPE has a vision and mission. The MSEs have knowledge of quality management also develop an adequate planning in the activities reflected in the service against the competition, concluding that the legal representatives are not the owners of the mype, they are only responsible and finally the mype plan their objectives.

Keywords: attention, quality and mype.

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Hoja de forma del jurado evaluador.....	ii
3. Agradecimiento/Dedicatoria.....	iii
4. Resumen/Abstract.....	v
5. Contenido.....	vii
6. Índice de gráficos , tablas y cuadros.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	01
II. REVISIÓN DE LITERATURA	06
2.1 Antecedentes.....	06
2.2 Bases Teóricas.....	15
2.3 Marco Conceptual.....	21
III. HIPOTESIS	22
IV. METODOLOGÍA	23
4.1 Tipo de la investigación.....	23
4.2 Nivel de la investigación.....	23
4.3 Diseño de la investigación.....	23
4.4 Población y muestra.....	24
4.5 Definición y operacionalización de variables.....	25
4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
4.7 Plan de análisis.....	28
4.8 Matriz de consistencia.....	29
4.9 Principios éticos.....	31
V. RESULTADOS	32
5.1 Resultados.....	32
5.2 Análisis de los resultados.....	34
VI. CONCLUSIONES	42
Aspectos complementarios.....	45
Referencias bibliográficas.....	46
Anexos.....	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas	N° de Página
Tabla 1	30
Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector comercio – rubro venta de computadoras en el distrito de Chimbote, provincia del santa año 2018. Caso Compusol SAC.	
Tabla 2	31
Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio -rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote, provincia del Santa año 2018. Caso Compusol SAC.	
Tabla 3	32
Realizar un análisis comparativo de las Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio -rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote, provincia del Santa año 2018. Caso Compusol SAC	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº de Página

Acerca del Gerentes y/o Representantes legales:

Figura 1. (Tabla 1) Edad del encuestado.....48

Figura 2 (Tabla 1) Sexo del encuestado.....49

Figura 3 (Tabla 1) Grado de instrucción.....50

Figura 4 (Tabla 1) Cargo dentro de la empresa.....50

Acerca de las MYPES:

Figura 5 (Tabla 2) Años de la empresa en el mercado.....	51
Figura 6 (Tabla 2) visión y misión.....	52
Figura 7 (Tabla 2) finalidad de creación.....	52
Figura 8 (Tabla 2) cuenta con local comercial.....	53

Acerca de la Gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente:

Figura 9 (Tabla 3) conocimiento de calidad.	53
Figura 10 (Tabla 3) realización de gestión.....	54
Figura 11 (Tabla 3) planificación de actividades.	54
Figura 12 (Tabla 3) nivel de servicio frente a la competencia.....	55
Figura 13 (Tabla 3) identificación del cliente con la empresa.....	56
Figura 14 (Tabla No.3) libro de reclamaciones.....	56
Figura 15 (Tabla 3) recepción de reclamaciones.....	57
Figura 16 (Tabla 3) Reacción frente a situaciones de quejas.....	57
Figura 17 (Tabla 3) tiempo de capacitación al personal.....	58

Figura 18 (Tabla 3) Calificación a sus trabajadores en atención al cliente.....	58
Figura 19 (Tabla 3) herramientas para medir el nivel de satisfacción al cliente.....	59
Figura 20 (Tabla 3) canales de comunicación.....	60
Figura 21(Tabla 3) contiene procesos establecidos.....	61
Figura 22 (Tabla 3) Nivel de satisfacción frente al servicio.....	62
Figura 23 (Tabla 3) Nivel de satisfacción frente a la exigencia del cliente.....	63

GRAFICOS PARA EL CASO COMPUSOL SAC

Acerca del Gerentes y/o Representantes legales:

Figura 24 (Tabla 1) Edad del encuestado.....	63
Figura 25 (Tabla 1) Sexo del encuestado.....	64
Figura 26 (Tabla 1) Grado de instrucción.....	64
Figura 27 (Tabla 1) Cargo dentro de la empresa.....	65

Acerca de las MYPES:

Figura 28 (Tabla 2) Años de la empresa en el mercado.....	66
Figura 29 (Tabla 2) visión y misión.....	66

Figura 30 (Tabla 2) finalidad de creación.....	67
Figura 31 (Tabla 2) cuenta con local comercial.....	67
Acerca de la Gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente:	
Figura 32 (Tabla 3) conocimiento de calidad.	68
Figura 33 (Tabla 3) realización de gestión.....	68
Figura 34 (Tabla 3) planificación de actividades.	69
Figura 35 (Tabla 3) nivel de servicio frente a la competencia.....	69
Figura 36 (Tabla 3) identificación del cliente con la empresa.....	70
Figura 37 (Tabla 3) libro de reclamaciones.....	70
Figura 38 (Tabla 3) recepción de reclamaciones.....	71
Figura 39 (Tabla 3) Reacción frente a situaciones de quejas.....	71
Figura N° 40 (Tabla No.3) tiempo de capacitación al personal.....	72
Figura 41 (Tabla 3) Calificación a sus trabajadores en atención al cliente.....	72
Figura 42 (Tabla 3) herramientas para medir el nivel de satisfacción al cliente.....	73

Figura 43 (Tabla 3) canales de comunicación.....	74
Figura 44(Tabla 3) contiene procesos establecidos.....	74
Figura 45 (Tabla 3) Nivel de satisfacción frente al servicio.....	75
Figura 46 (Tabla 3) Nivel de satisfacción frente a la exigencia del cliente.....	75

I. INTRODUCCIÓN

Las Micro y pequeñas empresas son muy importantes en Latinoamérica y en nuestro país Perú también, porque a través de estas empresas muchísimas personas trabajan y ganan un soporte para salir adelante, pagar estudios, alimentos y toda clase de necesidades. Estamos hablando de aproximadamente un 70% de ciudadanos de nuestro país forman parte de los trabajadores que se desempeñan en este tipo de empresas, sin lugar a dudas, las Micro y pequeñas empresas son el soporte económico para el Perú. Tener una Micro o pequeña empresa, tiene una serie de ventaja, por ejemplo, el tener más poder de adaptación a los cambios, algo que en las grandes empresas se daría con un proceso más lento.

Como se ha mencionado, Latinoamérica posee miles de Micro y pequeñas empresas, por lo que ya en varios países se viene apoyando a estas empresas, en el caso de México, el gobierno apoya de gran manera a estas empresas e invierte gran dinero en programas para que estas empresas surjan y se mantengan, es muy favorable para toda la población mexicana, que tiene ventajas también para el gobierno, porque se crea empleo y contribuciones.

En la presente investigación, se usará la siguiente metodología: Tipo de Investigación será cuantitativa y de nivel descriptiva, con un diseño transversal y no experimental.

Muchas empresas actualmente buscan equipar distintos negocios con productos tecnológicos, especialmente si hablamos de computadoras, que vienen a ser indispensables para realizar cualquier trabajo, sobretodo en oficina. No solo para la realización de cualquier tipo de trabajo sino también para minimizar el envío de una información, el uso de esta vital herramienta de trabajo se ha hecho indispensable puesto que se emplea desde colegios, universidades, y oficinas.

Es por eso que hoy en día tomando de ejemplo la ciudad de Chimbote vemos un alto grado de empresas dedicadas a la comercialización de ventas de computadoras y productos informáticos. Durante los últimos años nos hemos podido percatar que en la búsqueda de satisfacer las necesidades y generar ingresos las empresas dedicadas a este rubro se han visto obligadas a brindar una variedad de servicios y ventas de productos informáticos, a continuación, se detallara algunos lugares donde se brindar la venta de estos productos y servicios.

La demanda de venta de computadoras en Arkansas empieza con estas empresas Walmart Store Inc. Una de las empresas con mayor acogida más grande en este estado, se inició en un edificio ubicado en la 719 de Walbut Avenue en Rogers. Durante los 5 años se expandió a 24 tiendas hoy en día se ha convertido en una corporación multinacional con tiendas en Reino Unido, Japón, India, y en otros países de américa México, Argentina, Brasil, Puerto Rico, Nicaragua.

País más importante de Latinoamérica que cuenta con una infinidad de tiendas de dicha empresa generando cuantitativos ingresos y puestos de trabajo beneficiando a este país de grandes costumbres y gran historia cuya tienda principal está ubicada en Av.

Aguascalientes Sur N° 402 México. Introdujo el éxito en México para el comercio de minoristas el cual ha llevado un gran el impacto para millones de personas en el mundo. Ofreciendo calidad de sus productos, precios bajos y calidad de servicios.

La venta de computadores en Lima es de vital importancia al igual que países internacionales puesto que todos necesitamos minimizar el envío y la creación de información a su vez viene a ser un negocio rentable, por ejemplo, tenemos a la empresa Computer House. Empresa creada 01 noviembre del 2013, dedicada a la venta de computadoras y todo accesorio informático, cuenta con sucursales en Chimbote, Trujillo y Chiclayo. Tiene un nivel de contratación de 6 personas.

Computer House cuenta con gran acogida en el público en general brindando productos a precios módicos y una grata atención al cliente.

Así también, así como a nivel nacional en nuestra localidad es también bastante necesario la utilización de estas herramientas de trabajo tanto para los colegios, universidades y centros de trabajo es por es que en Chimbote se ha visto un incremento de empresas que brinden la venta de este tipo de bien.

Por eso vemos distintos locales en Chimbote donde se realiza la venta de estos equipos en mención, por ejemplo Ago Inversiones, Compu Market, Compu Negocios.

En nuevo Chimbote viendo la gran acogida de este rubro supermercados como metro, plaza vea han optado por aperturar pequeños módulos que brindas este tipo de venta de bien.

En el Perú es de vital y gran importancia desde años atrás el uso e implementación de esta herramienta y de eso se ha dado cuenta el mercado es por eso que hoy en día encontramos diversas tiendas y empresas que se dedican a brindar este tipo de rubro.

Por lo anteriormente expuesto se plantea el siguiente problema de investigación:

¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector Comercio rubro venta de computadoras en el distrito de Chimbote-Provincia Del Santa año 2017?
Caso Compusol SAC.

Para dar respuesta a la pregunta planteada se presentan los siguientes objetivos:

Determinar las características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector Comercio rubro venta de computadoras, en el Distrito de Chimbote – Provincia Del Santa año 2017. Caso Compusol SAC.

Así también, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las características de los representantes en las Micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro venta de computadoras en el Distrito de Chimbote – Provincia del Santa año 2017.

- Determinar las características en las Micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro venta de computadoras en el Distrito de Chimbote – Provincia De Santa año 2017.
- Realizar un análisis comparativo de las características de una gestión de calidad con el enfoque atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro venta de computadoras en el Distrito de Chimbote – Provincia del Santa año 2017. y caso “COMPUSOL SAC”

La presente investigación se justifica como fuentes de información para: los empresarios para que puedan visualizar la importancia de la Gestión de Calidad, para que de este modo puedan adquirir conocimientos y aplicarlos en sus empresas para un mejor desarrollo de ella.

Así también, el presente trabajo de investigación se realiza por la necesidad de conocer las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro venta de computadoras en el distrito de Chimbote – provincia del Santa año 2017. Caso empresa “Compusol SAC”.

En esta investigación nos permitirá y buscará identificar las principales características de los representantes, sus cualidades y el mecanismo de manejo en su área y general. También, nos permite identificar las características de una gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, supervisando y plasmando el debido control de calidad asegurando un seguimiento constante que busque fidelizar a los clientes ya ganados y empleado métodos para la captación de nuevos mercados. De esta manera aseguraremos un mayor nivel de

competitividad, atención al cliente detectando sus necesidades y respondiendo a ellas, lo que como producto final nos dará por resultado la conquista y expansión.

II. REVISIÓN DE LITERATURA.

2.1 ANTECEDENTES.

Luna (2016) en su trabajo de investigación titulado: *“Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercial, venta de computadoras y soporte técnico, del distrito de Calleria, año 2016”* se planteó el siguiente enunciado del problema: ¿Si las Mypes del sector comercial, rubro venta de computadoras del distrito de Callería, están formalizados y si se administran con técnicas de gestión de calidad? La investigación, tuvo como objetivo principal: determinar la gestión de calidad y formalización del sector comercial, venta de computadoras y soporte técnico, del distrito de Callería. Para dar solución se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar si las Mypes del sector comercial, rubro venta de computadoras y soporte técnico, del distrito de Callería están formalizadas. Determinar si las Mypes del sector comercial, rubro venta de computadoras y soporte técnico, del distrito de Callería se administran bajo una Gestión de Calidad. Determinar los beneficios e impacto que se logra al aplicar gestión de calidad y formalización en las Mypes del sector comercial, rubro venta de computadoras y soporte técnico, del distrito de Callería. Este documento académico con metodología de investigación del tipo descriptivo – transversal - no experimental, aplicó un cuestionario estructurado de 31 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados: Del emprendedor; Edad: joven (18 a 29 años, 35.7%) y joven adulto (30 a 44 años, 42.9%). El 78.6% son de sexo masculino y 21.4% sexo

femenino; el 50% son técnicos, 42% universitarios y con instrucción básica 7.14%. Respecto a formalización: el 71.40% está formalizado; el 50.0% se constituyó como persona natural y el 42.9% como persona jurídica; el principal beneficio de la formalidad es el acceso a créditos (42.9%); un 35.7% tiene al personal en planillas; el 35.7% está acogido al Régimen General y al RUS (28.6%). En Gestión de Calidad, el 64,3% conoce los alcances de una gestión de calidad y 78.6% se interesan en la mejora continua, base de una gestión de calidad; el 78.6% ya utiliza documentos de gestión. El 57.1% no estableció la misión, visión y valores. El 64.3% ha diseñado su estructura orgánica. El 78.6% sigue un Plan de Negocios. Finalmente se concluye que, las mypes del rubro si aplican una Gestión de Calidad; el 71.4% está de acuerdo que la Gestión de Calidad permite alcanzar objetivos y de este grupo de emprendedores 100%, indica haber alcanzado importantes alcances.

Torres (2015) en su trabajo de investigación titulado: *“Caracterización del financiamiento y la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro suministros de cómputo del distrito de Chimbote, 2013”* el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro suministros de cómputo del distrito de Chimbote, 2013? tuvo como objetivo general, determinar y describir las principales características del financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector comercio-rubro suministros de cómputo del Distrito de Chimbote, 2013 para ello se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las Mypes del sector comercio rubro suministros de cómputo del distrito de Chimbote, 2013. Describir las principales características del financiamiento del sector comercio rubro suministros de cómputo del distrito de Chimbote, 2013. Describir las

principales características de la capacitación del sector comercio rubro suministros de cómputo del distrito de Chimbote, 2013. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 10 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 16 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los representantes: De las Mypes encuestadas se establece que los representantes legales sus edades oscilan entre 25 y 45 años en un 80%, El 80% de los representantes legales encuestados son del sexo masculino, El 70% de los microempresarios encuestados tienen grado de instrucción universitaria, el 70% de los microempresarios tienen sus estado civil de casados, el 40% son administradores, siendo la misma proporción en otras profesiones. En cuanto a la capacitación de las MyPEs: El 60% recibieron un curso de capacitación en los últimos años, el 30% participó el curso de administración de recursos humanos. En cuanto a la capacitación en las MyPEs: El 100% del personal ha percibido algún tipo 7 de capacitación, el 100% de los empresarios considera que la capacitación es una inversión. Se concluye que La mayoría de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro suministros de cómputo de la ciudad de Chimbote, 2013, están siendo dirigidas por personas adultas entre 25 y 45 años, son del sexo masculino, tienen grado de instrucción universitario, de estado civil casado y profesión administrador.

Barco(2017) en su trabajo de investigación titulado: *“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”* se plantea el siguiente enunciado: ¿ Cuáles son 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?. La investigación tuvo como

objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. , se han planteado 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 investigación fue, de diseño no experimental – transversal, y se escogió en forma dirigida, una población muestral de 7 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados. El 57,1% de los representantes tiene una edad entre 31-50 años. El 57,1% tienen estudios superiores. El 77,4% llevan en el cargo entre 4 a 6 años. El 100,0% tienen entre tiene entre 1 a 5 colaboradores. El 85,7% tienen como trabajadores a personas no familiares. El 57,1% no conocen del término gestión de calidad. El 71,4% aplican en su gestión la atención al cliente. El 57,1% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 71,5% consideran que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. El 85,7% consideran como factor importante en el servicio es la atención personalizada. El 100,0% consideran que no brindan una buena atención al cliente, por una mal organización del personal. El 71,4% cuentan con clientes más satisfechos. Se concluye que: La mayoría micro y pequeñas sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales,

distrito de Chimbote, 2017. Se concluye que :Si aplican Gestion de calidad, y brindan una regular atención al cliente. 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.

Romero (2018) en su trabajo de investigación titulado *“Gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de aparatos y equipos de uso doméstico de la ciudad de Huaraz, 2017”* se planteó el siguiente enunciado del problema de investigación: ¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente de las micro y pequeña empresa del sector comercio rubro venta al por menor de aparatos y equipos de uso doméstico, de la Ciudad de Huaraz, 2017? El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo, describir las características de la gestión de calidad de la capacitación de atención al cliente en las MYPES del sector comercio rubro venta al por menor de aparatos y equipos de uso doméstico de la Ciudad de Huaraz, 2017. Los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o

representantes legales de las MYPES del ámbito de estudio. Describir las principales características de las MYPES del ámbito de estudio. Describir las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente de las MYPES del ámbito de estudio. El tipo de investigación es descriptiva y de nivel cuantitativo, se tomó una muestra de 10 MYPES, a quienes se les aplicó dos cuestionarios de 11 preguntas cerradas, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a la caracterización de la capacitación en atención al cliente bajo la perspectiva del gerente, el 70% manifiesta estar siempre impulsando la consecución de logros, el 50% manifiesta que la mayoría de veces otorga confianza a sus empleados, el 60% manifiesta que siempre trabaja en equipo, el 100% de los representantes legales de las MYPES asegura que si tiene productividad en su empresa, entre otros; respecto a los datos del encuestado en la caracterización de la capacitación en atención al cliente bajo la perspectiva del empleado, el 55% manifiesta estar siempre impulsando la consecución de logros, el 50% manifiesta estar siempre en confianza, el 60% manifiesta estar siempre trabajando en equipo, el 55% manifiesta estar siempre en posesión de programa de atención al cliente, el 55% manifiesta estar siempre pendiente de las instalaciones físicas, entre otros, por lo tanto se concluye que la mayoría de los gerentes y empleados de las MYPES encuestadas desconocen los métodos de evaluación de la capacitación del personal en atención al cliente.

Rio frio (2017) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las mype comercializadoras rubro equipos de cómputo del centro de Piura, año 2016” se enmarcó en la línea de investigación caracterización de la capacitación financiamiento, rentabilidad y competitividad de la MYPE rubro equipo de cómputo y al campo disciplinar promoción de la MYPE; siendo el problema principal identificar las

características que existe entre la competitividad de los propietarios y trabajadores y la atención al cliente de las MYPE comerciales; el objetivo de la investigación es identificar las características que tiene la competitividad y atención al cliente de las MYPE comercializadoras de equipos de cómputo del centro de Piura en el año 2016. Además se han establecido como objetivos específicos: determinar los elementos de la competitividad que utilizan las MYPE comercializadoras rubro equipos de cómputo centro de Piura, durante el año 2016. Conocer los factores de la competitividad que utilizan las MYPE comercializadoras rubro equipos de cómputo centro de Piura, durante el año 2016. Determinar las estrategias de la atención al cliente que utilizan las MYPE comercializadoras rubro equipos de cómputo centro de Piura, durante el año 2016. Determinar los elementos de la atención al cliente que utilizan las MYPE comercializadoras rubro equipos de cómputo centro de Piura, durante el año 2016. Se empleó la metodología de tipo básica, diseño descriptivo, cuantitativa, no experimental además se realizó un cuestionario estructurado, utilizando la técnica de la encuesta; Las características que tiene la competitividad de las MYPE comercializadoras de equipos de cómputo son la constante innovación, el liderazgo, el uso de nuevas tecnologías, talento humano, la comunicación y marketing por ende las MYPES en estudio no reflejan conocimientos en el manejo de estas características y se sugiere la práctica constante y capacitación a sus trabajadores permitiéndole ser competitiva dentro del mercado así mismo las características que tiene la atención al cliente son que es intangible, perecedero, integral, continuo, la oferta del servicio, satisfacción plena del cliente., valor agregado, plus al producto por lo tanto para lograr la buena atención al cliente se debe hacer uso de estas características orientadas a la satisfacción plena y optima del mercado meta desde el compromiso de los dueños y colaboradores de las MYPE.se obtuvo los siguientes resultados: Se observa que del total de las MYPE estudiadas el 23.08% indica

que los precios, el 15.38% la ubicación, el 30.77% el producto, 30.77% el servicio mientras que ninguno considero la infraestructura como una diferenciación relevante que le permita competir. se observa que el 61.20% afirma que le brindan información correcta y precisa de sus necesidades mientras que el 38.80% respondió de forma negativa. se concluye que Los elementos de la atención al cliente en las MYPE comercializadoras rubro equipos de cómputo centro de Piura son comprensión al cliente que es hacer el esfuerzo por conocer a los clientes y entender sus necesidades, comunicación donde se mantiene a los clientes informados con un lenguaje que puedan entender, credibilidad en el servicio que se posee, cortesía que se refiere al buen trato y respeto, profesionalismo o dominio de las destrezas requeridas y conocimiento del servicio, capacidad de respuesta que es ofrecerle un buen servicio rápido y oportuno, fiabilidad que es la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma confiable considerados una herramienta útil para brindar al cliente un servicio óptimo que le genere satisfacción y por ende una fidelización para con la empresa.

Muñoz (2014) en su tesis: *Caracterización del financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector comercio – rubro compra/venta de computadoras del distrito y provincia de Trujillo, (2014)*; planteó los siguientes objetivos específicos: 1. Describir las principales características de los gerentes y/o 24 representantes legales de las Mype del ámbito de estudio. 2. Describir las principales características de las Mype del ámbito de estudio. 3. Describir las principales características del financiamiento de la Mype del ámbito de estudio. 4.- Describir las principales características de la capacitación de la Mype del ámbito de estudio. En los instrumentos para el recojo de la información utilizó un

cuestionario estructurado, en función a los objetivos específicos planteados y de la definición operacional de las variables de 25 preguntas. Llegó a los siguientes resultados: Respecto a los empresarios, el 100% de los representantes legales son personas adultas; es decir, sus edades fluctúan entre 26 y 60 años, el 100% son del sexo masculino, el 87% tienen instrucción superior universitaria completa y un 13% superior no universitaria completa. Respecto a las características de las Mypes, el 47 % de la Mype se dedican al rubro de compra/ venta de computadora y accesorios por 4 años y el 100% son formales; estos resultados estarían indicando que la mayoría de la Mypes encuestadas por ser formales tendrían algunas ventajas para acceder al financiamiento y a programas de capacitación. Respecto al financiamiento, el 47% de las Mypes que desarrollaron sus actividades productivas con financiamiento propio y un 53 % con financiamiento de terceros del sistema bancario, el 88% precisa que el crédito otorgado fue de corto plazo y el otro 12% dijo que fue de largo plazo. Estos resultados estarían indicando que, la mayoría de las Mype que recibieron crédito de terceros, sólo les permitirían subsistir debido a que los créditos recibidos son de corto plazo y el 75% dijeron que invirtieron el crédito recibido en capital de trabajo. Respecto a la capacitación, el 73% de los gerentes manifestó que no recibió capacitación previa al otorgamiento de los créditos, el 54% han recibido una capacitación en marketing empresarial, el 93% de los representantes legales manifestaron que sus trabajadores han recibido capacitación y el 47% dijo que la capacitación es una inversión y que si es relevante para su negocio.

Orbegoso (2010) en su tesis: *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de computadoras de San Luis -Cañete, periodo 2008-2009*; planteó los siguientes objetivos específicos: 1. Describir las 25 principales características de los gerentes y/o representantes legales de las Mype del ámbito de estudio. 2. Describir las principales características de las Mype del ámbito de estudio. 3. Describir las principales características del financiamiento de la Mype del ámbito de estudio. 4.- Describir las principales características de la capacitación de la Mype del ámbito de estudio. En los instrumentos para el recojo de la información utilizó un cuestionario estructurado de 32 preguntas cerradas. Llegó a los siguientes resultados: Respecto a los empresarios, el 47% de los representantes legales son personas adultas ya que sus edades oscila en más de 40 años, el 60% son de sexo femenino y el 40% tiene grado de instrucción de secundaria completa. Respecto a las características de las Mypes, el 93% se dedican al rubro de compra/venta de computadoras, el 53% tienen un trabajador permanente y el 100% no tiene trabajadores eventuales. Respecto al financiamiento, el 75% recibieron crédito del sistema no bancario, el 100% manifestaron que invirtieron créditos recibidos en capital de trabajo, así mismo los resultados hallados estarían implicando que el financiamiento recibido les permitió permanecer en el mercado, pero no hay seguridad de crecimiento y desarrollo, porque el financiamiento es más de corto plazo que a largo plazo. Respecto a la capacitación, el 100% de los gerentes si recibieron capacitación previa al otorgamiento de los créditos, el 13% han recibido dos capacitaciones, el 7% han recibido capacitación en gestión empresarial y en misma proporción en el manejo eficiente del microcrédito, el 80% dijo que sus trabajadores no recibieron capacitación, el 87% dijo que la capacitación es una inversión y el 60% dijo que la capacitación si es relevante para la empresa.

2.2. Bases Teóricas.

Gestión de calidad

Para una buena gestión de calidad en los procesos de atención de calidad se debe de tener en cuenta los objetivos trazados en la organización para ello Según López (2015) afirma que “Los objetivos de calidad son los retos que se marca la organización sistema de gestión. Deben ser coherentes con la política de calidad, y orientados hacia la mejora continua de la organización y sus grupos de interés.” (p.30) Por otro lado, deben ser realistas y alcanzables definidos en términos medibles de lo contrario, lo único que generan es desencanto de sus consumidores y no pueden tener clientes insatisfechos.

Atención al cliente

Para una adecuada planificación de atención del cliente es importante saber las necesidades y las expectativas de los clientes por ello Según Serna (2006) afirma que es “Conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos” (p.19) .Atención al cliente es aplicar las estrategias para dar una atención grata en la venta de algún producto o servicio buscando satisfacer las necesidades de los consumidores y tratar de hacerlo mejor que nuestros competidores, para que a si aseguremos una cartera de clientes y ayudemos al crecimiento de la empresa.

Existen características a poner en práctica por parte de las empresas.

Las características de una buena atención al cliente se basan en medir el nivel de satisfacción del cliente por ello Serna (2006) nos indica que: “Hacen seguimiento permanentemente de los niveles de Satisfacción” (p.20). Por lo tanto se debe de controlar o evaluar los procesos de atención al cliente .En este aspecto las personas encargadas de brindar atención al cliente tienen que tratar de mantener contacto continuo con ellos siempre estar pendiente y escuchar de los mismos comentarios constructivos u opiniones para que a si satisfagan las necesidades y cumplan con las expectativas y logren sus metas trazadas.

Importancia de la capacitación a empleados que atienden a los clientes.

La evaluación en el personal es de suma importancia porque nos permitirá conocer las cualidades y las debilidades proveyéndoles de capacitaciones con el fin de reforzar e innovar en nuevas estrategias para brindar una mejor atención y que permitirá al empleado crecer no solo individualmente sino también laboralmente. (Escobar, 2009) Parra ello se debe de conocer la capacidad de sus trabajadores y capacitarlos en las debilidades que puedan tener un ventaja sobre su competencia directa.

El cliente.

En todas las organizaciones se debe enfocarse en sus cliente porque gracias a ellos el nivel de ventas aumenta sin clientes no habría empresas para ello Escobar (2009) afirma el cliente :“Es el elemento primordial, si no hay cliente no hay servicio, y debemos indicar que su presencia es absolutamente indispensable” (p.8).Este aspecto es importante y es muy cierto porque el cliente es el elemento o la causa más importante

para una empresa nazca, se desarrolle y crezca puesto que sin él no habría la coherencia de crear un negocio sin cliente no hay venta de productos. No habría a quien venderle ni ofrecerle por eso es de vital importancia.

Calidad en Atención al cliente.

En las organizaciones suelen darse casos donde los clientes prefieren un servicio adecuado y bueno donde los precios no influyen mucho a la hora de adquirir el producto según el autor Núñez (2003) afirma que “Los clientes valoran el servicio más que la calidad y el precio de los productos. En la actualidad, algunas de las compañías más exitosas se han distinguido prestando el mejor servicio al cliente” (p.22). Se indica que los consumidores lo que más valoran no es la calidad del producto, si no el servicio con el cual los empleados brindan o los trata la empatía que tienen con ellos que estén abiertos a escuchar opiniones y a satisfacer las necesidades a nivel producto y/o servicio.

Importancia de contar con un servicio de calidad.

La calidad es el hecho de desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad. Este producto debe ser el más económico, el más útil y resultar siempre satisfactorio para el consumidor final.

La calidad es el trabajo de tratar, desarrollar, innovar y mejorar el producto y servicio que se le brinda a un cliente. Hacerlo más aceptable y más llamativo ante los ojos del consumidor y también nos va a servir para estar a nivel de competencias con el mercado de hoy en día.

Estrategias para tener un servicio de calidad.

Es necesario que la empresa tenga una visión estratégica sobre la implicación del cliente, lo que se entiende es que de las relaciones entre la empresa y el cliente se puede llegar a generar una estrategia que con lleve a generar mejores ingresos para la empresa y poder generar así una relación en la que las dos partes ganen.

Es necesario que la empresa tenga muy en cuenta la importancia del cliente, y es por eso que una de las estrategias más importantes el mantener el continuo contacto con el mencionado, afianzar la relación y/o reforzar vendedor cliente de tal modo que asegure la fidelidad de este que a su vez nos ayudara a la mejorara de ingresos para la empresa. Y esto se debe hacer con todos los clientes. Zapatero (2014) sostiene que:

La gestión de calidad es la función directiva que desarrolla y aplica la política de calidad atreves de cuatro procesos: planificación, organización, control y mejora, enmarcados en la dirección estratégica de la empresa. La planificación de calidad integrada en la planificación estratégica tiene como fin adaptar la organización a su entorno en un horizonte temporal determinado y consiste en definir los objetivos de calidad y formular las estrategias para alcanzarlos. La formulación de la estrategia tiene diferentes enfoques, pero, en todos ellos, la etapa fundamental es el diagnostico estratégico resultante de la utilización de diferentes técnicas de análisis interno y externo, que proporciona el soporte para fijar los objetivos empresariales a corto, medio y largo plazo, constituyente de la base de la planificación. (p.63)

Para poder conservar a los clientes es necesario planificar una serie de actividades que mejoren la calidad del servicio donde Zapatero (2014) da a conocer las actividades principales que se lleva a cabo en la gestión de calidad:

Determinar las necesidades de los clientes

Fijar los objetivos de calidad basados en las necesidades

Desarrollar el proceso que alcance esos objetivos
Asignar los recursos necesarios para llevar a cabo este proceso
Evaluar el avance logrado en la concepción de los objetivos
Identificar los problemas o puntos problemáticos del proceso
Diagnosticar los problemas y aislar las causas
Tomar las decisiones destinadas a resolver los problemas
Realizar un seguimiento para comprobar que las medidas son efectivas
Planificar la mejora continua de la calidad (p.64)

Calidad y seguimiento de la atención al cliente.

La calidad en el servicio brindado al consumidor debe ser primordial para mejorar los procesos del servicio frente al cliente. Para ello Según López (2015) señala que:

La norma ISO 9001 ha establecido unos requisitos mínimos para con la política de calidad en todas sus ediciones, como los de incluir un compromiso explícito para con el cumplimiento de los requisitos y la orientación hacia la satisfacción del consumidor y la mejora continua. (p29)

Gestión de la atención al cliente/ consumidor

La atención al cliente se puede entender como aquel servicio que proporcionan las empresas (tanto las que prestan servicios como las que comercializan productos) a sus clientes. . García (2015) Obteniendo una buena atención y/o servicio permitirá que las micro y pequeñas empresas (MYPE) logren fidelizar al cliente. Es importante que las micro y pequeñas empresas (MYPE) brinden una buena atención o servicio al cliente (Guardoño, 2017) nos define los Criterios de calidad en la atención al cliente que “El criterio de calidad se basa en cumplir las necesidades de los clientes como requisito indispensable”

Satisfacción del cliente

La satisfacción al cliente surge como consecuencia de un buen servicio por lo tanto, las organizaciones elaboran buenos procesos establecidos según la teoría de Guardño (2017) nos da a conocer que:

En la actualidad, lograr la plena satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y, por tanto, en el mercado. Por ello, el objetivo del mantener satisfecho a cada cliente, ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia, para construirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales. (Pág.70).

Satisfacción del cliente

Es importante que el cliente se sienta satisfecho al momento de adquirir algún producto porque de no hacerlo estaría demostrando que al cliente no le toma importancia y perjudicaría a largo plazo a la organización Según Álvarez (2015) da a conocer los tres grados de satisfacción:

Insatisfacción: se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio no cumple con las expectativas del cliente

Satisfacción: se produce cuando el desempeño del producto coincide con las expectativas del producto.

Complacencia: se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente. (p.36)

2.3 Marco Conceptual.

Definición de Mype

Es aquella entidad económica que busca realizar actividades de compra, venta y producción, con fines lucrativos, generando rentabilidad.

Cliente

Aquel usuario determinado como comprador final, el cual nos generara rentabilidad para la empresa. Conocido como comprador potencial o real de los productos o servicios.

Atención al cliente

Conocido como aquella forma en la que la empresa brinda sus servicios o productos a los consumidores o clientes, actividades que se relacionan entre sí que ofrece una empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado.

Comercio

Es aquel intercambio de bienes y/o servicios que se da con el fin de obtener un beneficio a cambio de algo monetario. Llega a ser aquella actividad que se busca exhibir el producto terminado a través de la compra y venta.

III. HIPÓTESIS.

En este presente trabajo gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micros y pequeñas empresas, sector comercio rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote año 2018, no se planteará hipótesis, porque esta investigación, solo será descriptiva.

IV.METODOLOGÍA.

4. 1 Diseño de investigación

Para la elaboración de este trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal –descriptivo.

El diseño es no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables de estudio, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto. Lo que se detalló que la búsqueda fue ubicada sistemáticamente donde el investigador no posee control directo de las variables ya que no son manipulables es por eso que el diseño será no experimental, teniendo conocimiento de estos puntos se puso en marcha la presente investigación,

El diseño es Transversal porque se realizó en un momento dado y en un tiempo determinado, lo cual se le conoce como un estudio observacional analizando los datos recolectados estudiadas a una población o muestra donde la información recaudada proviene de personas en este caso de los representantes de las MYPE, en el presente caso se enfocó

en la variable, gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente para realizar la comparación con el caso “Compusol” y las demás MYPE a comparar.

El diseño es Descriptivo porque consistió en describir los fenómenos, situaciones, contextos y eventos de la variable en estudio. Es por eso que se trabajó sobre hechos que se requerirá de una interpretación clara. Lo cual la presente investigación radica del descubrimiento de las características fundamentales de las MYPE para poner en evidencia la estructura y el comportamiento de su entorno.

4.2 Población y Muestra.

Población:

La población está conformada por todas las micro empresas del rubro venta de cómputos además la empresa de venta de computadoras “COMPUSOL SAC ”, la misma que queda ubicado en Chimbote .

Muestra:

La muestra de la presente investigación, está conformada por el representante, los colaboradores de dicha empresa. Para su cálculo se utilizará, formulas estadísticas.

4.3 Definición y Operacionalización de variables.

Definición y Operacionalización de variables				
VARIABLE	Definición conceptual	Dimensiones	indicadores	Escala de medición
REPRESENTANTES DE LAS MYPES	Son las personas que dirigen o han formado las micro y pequeñas empresas con la finalidad de tener una fuente de ingresos Económicos.	EDAD	a) 18-30 años b) 31-50 años c) 50 a más	Razón
		GENERO	a)Femenino b)Masculino	Nominal
		PROFESION	a)Lic. Administración b)contador publico c)ingeniero e)otros	Nominal
		CARGO QUE DESEMPEÑA EN LA EMPRESA	a) Gerente b) dueño	Nominal

Definición y operacionalización de variables				
VARIABLE	Definición conceptual	Dimensiones	indicadores	Escala de medición
CARACTERIZACION DE LAS MYPES	Se le denomina mypes a la unidad económica sea natural o jurídica que tenga como objetivo realizar una actividad de comercialización de bienes o servicios. Y que sus ventas anuales sean por un máximo de UIT	¿Cuántos años viene funcionando las MYPES?	d) 4-5 años e) 6-7 años f) 9-11	Razón
		Objetivo principales	-Autoempleo Calidad de atención al cliente - Características de la gestión de calidad	Nominal
		Nº de colaboradores permanentes en la empresa	1-3 trabajadores 4-6 trabajadores 10-15 trabajadores	Razón

Variable	Definición de la Variable	Dimensión	Indicadores	Medición
Servicio en atención al cliente	Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente	Conocimiento de gestión de calidad	-Si -No	Razón
		Realización de una gestión de calidad	-Si -No	Razón
		Planificación de actividades	-Si -No	Nominal
		Nivel de servicio frente a la competencia	-malo -muy malo -bueno -muy bueno	Razón
		Identificación de los clientes	-Si -No	Nominal
		Libro de reclamaciones	-Si -No	Nominal
		Recepción de reclamos	-Si -No	Nominal

		Reacciones frente a situaciones de quejas	-Afronta rápidamente el problema y escucha - muestra aprobación y ofrece disculpas -ofrece disculpas, ofrece un valor agregado a la experiencia -ofrece disculpas, es indiferente.	Razón
		Tiempo de Capacitación del personal	-1 vez al mes -Cada 2 meses -Cada 3 meses -Cada 6 meses -No recibe capacitación	Nominal
		Calificación frente al desarrollo personal	-Muy insatisfecho -Insatisfecho -Regular -Satisfecho -Muy satisfecho	Razón
		Herramientas para medir el nivel de satisfacción	-Encuesta -Comunicación directa -Internet -No realiza	Razón
		Canales de comunicación	-Comunicación directa -Páginas web -Facebook -Correo electrónico	Razón

			-N.A -T.A	
		Contiene Proceso establecidos	-Si -No	Razón
		Nivel de Satisfacción respecto al servicio	-Muy insatisfecho -Insatisfecho -Regular -Satisfecho -Muy satisfecho	Nominal
		Nivel de satisfacción respecto a la exigencia del cliente	-Muy insatisfecho -Insatisfecho -Regular -Satisfecho -Muy satisfecho	nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica de recolección de datos.

Para la realización de la siguiente investigación se realizará una encuesta, para así poder obtener la información necesaria, para la descripción del proyecto.

Instrumentos de recolección de datos.

Para recoger la información, se empleará cuestionarios, lo que nos permitirá conocer la información necesaria de la empresa, así mismo el cuestionario consta de preguntas

relacionadas a gestión de calidad y formalización. Para la recolección de la información se recurrió a la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario dirigido a los representantes legales de las Mype sector comercio, rubro ventas de equipos de cómputo, caso “COMPUSOL SAC”, del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. El cual consta de 23 preguntas distribuidas en tres partes, las 4 primeras preguntas son los datos de las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, la segunda parte contiene 4 preguntas acerca de las características de las micro y pequeñas empresas, y para finalizar con la tercera parte en la cual contiene 15 preguntas acerca de las características de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente.

4.5 Plan de Análisis.

Se aplicará una encuesta a la micro y pequeña empresa rubro venta de computadoras sector comercio para determinar las características y se tomará una información en cuestionario, tablas estadísticas interpretar resultados.

El plan de análisis se usa técnicas para ayudar a responder preguntas formuladas previamente una vez recopilado los datos. se tabulan y grafican de acorde a la variable y a los objetivos específicos planteados desde que se realizó la presente investigación. De los datos recolectados en la investigación de las Mype estudiadas se hizo uso del análisis descriptivo; donde se recogió las diferentes características de las Mype representantes y sobre la variable de estudio con el fin de responder el enunciado del problema. Para el análisis de los datos recolectados en la investigación de las Mypes estudiadas se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizara como soporte el programa Excel para

el análisis de los resultados se utilizó el programa Microsoft Word. Donde se realizó la tabulación de acuerdo a la información recolectada a través del instrumento de recopilación de información que es la encuesta cada uno debidamente tabulado y sus porcentajes requeridos.

4.6 Matriz de Consistencia.

TITULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	METODOLOGIA
<p>Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de computadoras, distrito de Chimbote, provincia de santa 2018. Caso Compusol SAC.</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector Comercio rubro venta de computadoras en el distrito de Chimbote – provincia de Santa año 2018?. caso Compusol SAC.</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar las característica de la gestión de calidad bajo el enfoque atención al cliente en las micro y pequeña empresa en el sector comercio rubro venta de computadoras en el distrito de Chimbote, provincia del Santa año 2018. Caso (Compusol SAC).</p> <p>Objetivo específico:</p> <p>Determinar las características de los representantes en las</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Cuantitativa.</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Descriptivo.</p> <p>Universo y muestra:</p> <p>El universo está conformado por la empresa Compusol SAC, conformado por sus representantes y colaboradores.</p> <p>Definición y operacionalizacion de</p>

		<p>micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro venta de computadoras en el distrito de Chimbote – provincia del santa año 2018. Caso (Compusol SAC).</p> <p>✓ Determinar las características en las micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro venta de computadoras en el distrito de Chimbote – provincia del Santa año 2018. Caso (Compusol SAC).</p> <p>✓ Determinar las características de una gestión de calidad con el enfoque atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro venta de computadoras en el distrito de Chimbote – provincia del Santa año 2018. Caso (Compusol SAC).</p>	<p>la variable:</p> <p>Variable, definición conceptual, definición operacional, dimensiones e indicadores.</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos:</p> <p>Técnica de recolección de datos: observación</p> <p>Instrumento de recolección de datos: encuesta y cuestionario</p>
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.7 Principios Éticos.

- Veracidad.
- Respeto del derecho al autor.
- Confidencialidad.
- Confiabilidad.
- Protección a las personas
- Beneficencia y no maleficencia.
- Justicia
- Integridad científica
- Consentimiento informado y expreso

V.RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1.

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio-venta de computadoras, provincia de santa año 2017. Caso “Compusol sac”.

Características	n	%	MYPE	
			“Compusol”	%
Edad del encuestado				
15 a 30 años	0	0	0	0
31 a 45 años	14	64	1	100
46 a 60 años	8	36	0	0
61 a más años	0	0	0	0
Total	22	100	1	100
Genero del encuestado				
Masculino	15	68	0	0
Femenino	7	32	1	100
Total	22	100	1	100
Grado de instrucción				
Sin instrucción	0	0	0	0
Primaria	0	0	0	0
Secundaria	0	0	0	0
Superior técnico	16	73	1	100
Superior universitario	8	27	0	0
Total	22	100	1	100
Cargo en la empresa				
Titular- gerente	0	0	0	0
Administrador	2	9	1	100
Encargado	20	91	0	0
Otro	0	0	0	0
Total	22	100	1	100

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio, venta de computadoras del distrito de Chimbote , provincia del santa, año 2018. Caso “Compusol sac”.

Tabla 2.

Características de las micro y pequeñas empresas sector comercio- venta de computadoras, del distrito de Chimbote, provincia del santa año 2017. Caso “Compusol sac”.

Características	n	%	MYPE “Compusol”	%
Permanencia en el mercado				
De cero a menos de tres años	3	14	0	0
De 3 a menos de 6 años	4	18	0	0
De 6 años a menos de 9 años	15	68	1	100
De 9 años a más	0	0	0	0
Total	22	100	1	100
Visión y Misión				
Si	22	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	22	100	1	100
Finalidad de su creación				
Generar utilidades	20	91	0	0
Generar empleo	0	0	0	0
Satisfacer las necesidades del cliente	0	0	0	0
Todas las anteriores	2	9	1	100
Total	22	100	1	100
Cuenta con otro local				
Si	0	0	0	0
No	22	100	1	100
Total	22	100	1	100

Tabla 3.

Realizar un análisis comparativo de las características de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - venta de computadoras , del distrito de Chimbote, provincia del Santa año 2017.caso “Compusol sac”

Características	n	%	MYPE “Compusol ”	%
Conocimiento sobre gestión				
De calidad				
Si	22	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	22	100	1	100
Realización de una gestión				
De calidad				
Si	22	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	22	100	1	100
Planificación de actividades				
Si	22	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	22	100	1	100
Nivel del servicio frente a la				
Competencia				
Si	22	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	22	100	1	100
Identificación de los clientes				
Con la empresa				
Si	22	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	22	100	1	100
Libro de reclamaciones en				
Funcionamiento				
Si	22	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	22	100	1	100

Tabla 3 continuación ...

Recepción de reclamos de Clientes				
Si	22	100	1	100
No	0	0	0	0
Total		22100	1	100
Reacciones frente a situaciones de quejas				
Si	22	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	22	100	1	100
Realización de capacitación del personal				
Si	16	73	1	100
No	6	27	0	0
Total	22	100	1	100
Calificación frente al desarrollo del personal				
Muy insatisfecho	0	0	0	0
Insatisfecho	0	0	0	0
Regular	2	9	0	0
Satisfecho	20	91	1	100
Muy satisfecho	0	0	0	0
Total		22 100	1 100	
Herramientas para medir el nivel de satisfacción				
Encuesta	0	0	0	0
Comunicación directa	20	91	0	0
Internet	2	9	0	0
No realiza	0	0	1	100
Total	22	100	1	100
Canales de comunicación				
Comunicación directa	10	46	1	100
Página web	4	18	0	0
Facebook	8	36	0	0
Correo electrónico	0	0	0	0
N.A	0	0	0	0
T.A	0	0	0	0

Total		22	100	1	100
Contiene procesos establecidos					
En atención					
Si		21	95	0	0
No		1	5	1	100
Total		22	100	1	100
Satisfacción respecto al servicio					
Muy insatisfecho	0		0	0	0
Insatisfecho	0		0	0	0
Regular	0		0	0	0
Satisfecho	20		91	1	100
Muy satisfecho	2		9	0	0
Total	22		100	1	100
Nivel de satisfacción respecto al cliente					
Muy insatisfecho	0		0	0	0
Insatisfecho	0		0	0	0
Regular	0		0	0	0
Satisfecho	20		91	1	100
Muy satisfecho	2		9	0	0
Total		22	100	100	100

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ventas de computadoras del distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2018.Caso “Compusol sac”.

5.2 Análisis de Resultado

- El 64% del total de las MYPE encuestadas tienen de 31 a 45 años con respecto al caso COMPUSOL SAC se obtiene que la edad de sus representantes no es mayor a 45 años por lo tanto esto quiere decir que estas MYPE prefieren ser representadas por personas con más experiencia y edad en mi opinión estas empresas eligen personas con más experiencias porque no quieren improvisar y tomar riesgos.
- El 68% del Total de las MYPE encuestados son de sexo masculino con respecto al caso COMPUSOL SAC el sexo de su representante es femenino por lo tanto esto quiere decir que esta MYPE prefiere tener como representante a una mujer las demás MYPE sus representantes son masculinos en mi opción Compusol SAC prefiere ser representada por una dama por motivo de mayor responsabilidades e imagen empresarial.
- El 73% del total de las MYPE encuestadas su grado de instrucción de sus representantes es superior técnico con respecto al caso COMPUSOL SAC El grado de instrucción de su representante es también superior técnico por lo tanto las Mypes prefieren tener en sus filas de su organización personas preparadas para no correr riesgos y así poder tener una estabilidad generando rentabilidad.
- El 91% del total de las MYPE encuestadas sus representantes son encargados de la empresa esto quiere decir que los propietarios de la empresa prefieren poner una persona a cargo por motivos ajenos a ellos con respecto al caso COMPUSOL SAC.

el representante de la MYPE es un administrador y no el titular o dueño como conclusión la mayoría de Mype son manejadas por encargados por motivos desconocidos.

Respecto al objetivo específico 2.

- El 68% del total de las MYPE encuestadas la permanencia de su empresa en el mercado son de 6 años a más con respecto al caso COMPUSOL SAC la permanencia de esta empresa es mayor de 6 años por lo tanto esta MYPE tiene más tiempo de funcionamiento lo cual es una ventaja hacia las demás porque tiene clientes fidelizados esto no quiere decir que las demás MYPE no sean competencia para la empresa sino todo lo contrario están en constante innovación lo cual se asemeja con Carbajo (2014) que obtuvo que el 100% de sus Mype encuestadas se dedican al negocio por hace más de 5 años respectivamente.
- El 100% del total de las MYPE encuestadas se obtuvo que todas las Mype tienen una visión y misión clara respecto al caso Compusol SAC no es la excepción esto quiere decir que las empresas tienen metas trazadas sin improvisación lo cual se asemeja con Muñoz (2014) que el 100% de sus MYPE son formales por lo tanto tiene visión y misión.
- El 91 % del total de las MYPE encuestadas su finalidad de creación es para generar utilidades con respecto al caso Compusol SAC la finalidad de su creación es para generar utilidades también para generar empleo y satisfacer a los clientes lo cual se

asemeja con Carbajo (2014) donde el 66,67% de mypes encuestadas se formaron con la finalidad de obtener ganancia.

- El 100 % del total de las MYPE encuestadas se pueden obtener que no cuenta con local comercial respecto al caso Compusol SAC no es la excepción a pesar que tiene más demanda por parte del consumidor obteniendo una mayor satisfacción de clientes hay que tener en cuenta que Torres (2015) que nos señala que nunca hay que pretender que la empresa tenga el 100% de sus clientes estén satisfechos.

Respecto al objetivo específico 3.

El 100% del total de las MYPE encuestadas tienen conocimiento de gestión de calidad esto quiere decir que todas las empresas encuestadas están realizando los diferentes procesos de calidad lo cual coincide con el caso Compusol SAC también tienen conocimiento de gestión de calidad comparando con las demás MYPE todas están enfocadas en la aplicación de gestión de calidad para un proceso de atención al cliente. En lo cual se asemeja a Rodríguez (2016) que nos dice las empresas aplican una buena gestión de calidad

- El 100% del total de las MYPE encuestadas están realizando una gestión de calidad en el proceso de su organización estando en constante mejora teniendo conocimiento de los procesos en gestión de calidad lo cual coincide con el caso Compusol SAC donde si realizan una gestión de calidad se asemeja con **Rodríguez (2016)** la calidad

del servicio en la atención del servicio sea de calidad se controla y está en constante seguimiento del proceso.

Se concluye que hay similitud con las demás MYPE estando al margen de los nuevos cambios de los procesos en calidad esto beneficiando a los clientes.

- El 100% del total de las MYPE encuestadas están realizando la planificación de actividades en una gestión de calidad esto les permite a las empresas tener un orden de seguimiento de control de actividades lo cual coincide con el caso Compusol SAC también aplican una planificación de actividades en gestión de calidad esto se asemeja con Moncada (2013) que nos da a conocer Las reglas y los esquemas se rompen continuamente por lo que puedes quedarte con un mismo esquema porque ese esquema dentro de un año ya no funcionará. Se concluye que la similitud con las demás mypes estando en la misma línea de mejora para captar más clientes

- El 100% del total de las MYPE encuestadas se puede obtener que la calidad de su servicio frente a la competencia es óptimo al igual que el caso Compusol sac su servicio frente a su competencia también es óptima esto permite saber que el servicio brindado hacia los clientes es muy importante lo cual se asemeja con **Escobar (2009)** afirma que el cliente “Es el elemento primordial, si no hay cliente no hay servicio, y debemos indicar que su presencia es absolutamente indispensable” por lo tanto la calidad del servicio que se brindara debe ser de lo mejor. Se concluye que el caso coincide con las demás Mype se puede decir que están en el mismo rango de calidad del su servicio con posibles mejoras para el cliente en mi opinión va ser favorable por que si el servicio mejora van a tener mayor satisfacción.

- El 100% del total de las MYPE encuestadas nos dan a conocer que todos sus clientes están identificados con su empresa esto coincide con el caso Compusol SAC se pudo obtener que sus clientes si se sienten identificados con la empresa esto influye de acuerdo al tipo de clientes que visitan la empresa así mismo asemeja con **Núñez (2003)** el cual afirma que “Los clientes valoran el servicio más que la calidad y el precio de los productos. En la actualidad, algunas de las compañías más exitosas se han distinguido prestando el mejor servicio al cliente obteniendo clientes fieles. esto quiere decir que la empresa y las demás Mypes bien realizando buenos servicios.

- El 100% del total de las MYPE encuestadas tienen en funcionamiento su libro de reclamaciones esto es fundamental para poder saber los errores en el momento del servicio se sabe que el cliente comparando con el caso Compusol SAC se pudo obtener que cuenta con el funcionamiento de su libro de reclamaciones por lo que la empresa cumple con la ley siguiendo un proceso establecido en conclusión se puede decir que las Mypes se preocupan por mejorar su servicio.

- El 100% del total de encuestados de las MYPE cuenta con una recepción de reclamo dentro de la organización dando una importancia hacia los clientes. Coincidiendo con el caso Compusol SAC se pudo obtener que cuenta con una recepción de reclamos en esta área generalmente los clientes expresan sus molestias acerca del servicio permitiéndole a la organización corregir dichos errores.

- El 82% del total de las MYPE encuestadas nos dicen que si reaccionan frente a situaciones de quejas dentro de la organización ya sea ofreciendo disculpas esto es una estrategia por parte las organizaciones para tener contentos a sus clientes. En el cual coincide caso Compusol SAC esta Mype si reacciona frente a situaciones de quejas al igual que las demás Mype considerando que el cliente se siente más a gusto cuando le piden disculpas y ofrecen un producto agregado en mi opinión es un referente para las demás organizaciones que utilizan otras reacciones.

- El 73% del total de las MYPE encuestada se puede saber que si realizan capacitaciones a su personal coincidiendo con el caso Compusol sac también realizan capacitaciones a su personal esto permite saber cómo atender a los clientes esto se asemeja a **Torres (2015)** que el 60% recibieron un curso de capacitación en los últimos años, el 30% participó el curso de administración de recursos humano esto quiere decir que las demás Mypes debe de capacitar más seguido a su empleado mejorando más su servicio.

- El 91% del total de los encuestados que fueron MYPE se puedo obtener una calificación frente al desarrollo del personal para la atención al cliente están satisfechos coincidiendo con el caso Compusol SAC calificación frente al desarrollo del personal donde también están satisfechos o cual asemeja **Torres (2015)** En cuanto a la capacitación en las MYPE: El 100% del personal ha percibido algún tipo 7 de capacitación, el 100% de los empresarios considera que la capacitación es una inversión. Esto quiere decir que las Mype estudiadas están conformes con los resultados obtenidos.

- El 91% del total de las MYPE encuestadas la herramienta que utilizan para medir el nivel de satisfacción del cliente es de manera personal teniendo una información al instante de acorde a sus reacciones lo cual contrasta con el caso Compusol SAC no realiza herramientas para medir el nivel de satisfacción del cliente con el caso esto se asemeja con **Serna (2006)** “Hacen seguimiento permanentemente de los niveles de Satisfacción” por lo tanto la MYPE estudiada está en desventaja con las demás MYPE que preguntan a los clientes para poder estas en constante mejora.

El 46% del total de las MYPE encuestadas utilizan como canales de comunicación de manera directa debido a que es un medio de información más accesible por la mayoría de personas cabe recalcar a que en el caso Compusol SAC, su canal de comunicación también es de manera directa sin mucho uso de las redes sociales yo creo que optan por este proceso debido a que consideran que la información verbal va a llegar más lejos. Según Serna (2006) afirma que es “Conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos

- El 95% del total de las MYPE encuestadas cuenta con procesos establecidos en atención al cliente por lo tanto las Mypes tienden a mejorar día a día en el servicio que brindan lo cual se contrasta con el caso Compusol SAC no cuenta con procesos establecidos esto quiere decir que le falta una planificación de atención al cliente asemeja con el autor **Serna (2006)** afirma que cada compañía debe aplicar un Conjunto de estrategias diseñadas para satisfacer necesidades. Se concluye que las

demás Mype si cuenta por lo tanto la ventaja es notoria con respecto a la Mype estudiada.

El 91% del total de las MYPE encuestadas se obtiene que su nivel de satisfacción respecto al servicio están satisfecho esto coincide Compusol SAC está satisfecho con el nivel de satisfacción que representa la empresa. por lo tanto esto representa una buena elaboración de planificación de estrategias para mejorar continua de atención al cliente para poder analizar el nivel de satisfacción hay que tener en cuenta las posibilidades causas de insatisfacción al cliente lo cual se asemeja con Guardño(2017) hay posibles causa de insatisfacción como una de ellas es insatisfacción sobre el producto si el producto es malo nunca se podrá llegar a la meta planteada.

- El 91% del total de las Mype encuestadas su puedo obtener que el nivel de satisfacción en la exigencia de la atención al cliente es satisfactorio por lo tanto sus procesos son muy buenos cumpliendo con las expectativas del consumidor lo cual se asemeja con el caso Compusol SAC el nivel de satisfacción en la exigencia del cliente es satisfactorio lo que nos dice Torres (2015) que la satisfacción del cliente es muchos casos depende del estado de ánimo del consumidor con este antecedente podemos decir que las Mype pueden adelantarse a los hechos y ganar más territorio. Lo cual estas Mype realizan un buen proceso al igual que las de más Mype.

VI. CONCLUSIONES.

Finalizada la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

Con respecto al objetivo 1

- La mayoría de las MYPE encuestadas coinciden con el caso Compusol en donde la edad de sus representantes es de 31 a 45 años (64%) lo cual contrasta con el caso de la MYPE donde la edad de su representante es mayor de 45 años, El sexo de dichos representantes es masculino (68%) lo cual contrasta con el caso de la MYPE que el sexo de los representante es femenino , El grado de instrucción de dichos representantes es superior técnico(73%) lo cual se asemeja con el Caso de la MYPE que su representante también tiene el mismo grado de instrucción , El cargo que ocupan los representantes de las MYPE son solo encargados (91%)lo cual difiere con el caso de la MYPE que solo es un administrador se puede decir que las Mype realizan un estudio objetivo de los representantes de su empresa al igual que el caso Compusol para así poder estar potencialmente más aptos en sus procesos

Con respecto al objetivo 2

- La mayoría de las MYPE encuestadas coinciden con el caso Compusol en el cual la permanencia de su empresa en el mercado son de 6 años a más (68%) lo cual coincide con el caso de la MYPE donde la permanencia de esta empresa también es mayor de 6 años, La finalidad de su creación es para generar utilidades (91%) lo cual se asemeja con el caso de la MYPE en el cual la finalidad de su creación es para generar utilidades finalmente la totalidad de las Mype tiene una visión y misión clara

para así poder saber cuál es la meta claro está que solo tiene un solo local comercial para la venta del producto

Con respecto al objetivo 3

- La totalidad de las MYPE encuestadas coinciden con el Caso Compusol SAC donde tienen conocimiento de la gestión de calidad además realizan una gestión de calidad en el proceso de su organización también elaboran una adecuada planificación en las actividades en una gestión de calidad lo cual se refleja en la calidad del servicio frente a la competencia siendo óptimo esto permite saber que todos sus clientes están identificados con su empresa por último tienen en funcionamiento su libro de reclamaciones además de tener una recepción de reclamos dentro de la organización dando una importancia a sus clientes

- La mayoría de las MYPE encuestados coinciden con el caso COMPUSOL SAC donde cuentan con procesos establecidos en atención al cliente (95%) donde se asemeja con el caso de la MYP que también cuenta con procesos establecidos tienden a mejorar día a día en el servicio, las MYPE realizan capacitaciones a su personal (73%) donde se asemeja con el caso donde también realizan capacitaciones, las herramientas que utilizan para medir el nivel de satisfacción del cliente es de manera personal (91%) donde contrasta con el caso de la MYPE donde no utilizan herramientas para medir el nivel de satisfacción ,Las reacciones frente a las situaciones de quejas son favorables (82%) donde coincide con el caso MYPE donde ofrecen disculpas con reacción ,La calificación frente al desarrollo del personal es satisfactoria (91%) lo mismo sucede en la Mype estudiada ,El nivel de satisfacción es

satisfactorio (91%) asemejándose con el caso compusol de la atención al cliente es satisfactoria por lo tanto sus procesos son muy buenos donde el nivel también es satisfactorio por último el nivel frente a la exigencia de la atención al cliente es satisfactoria(91%) por lo tanto sus procesos son muy buenos se concluye que la mayoría media de las Mype encuestadas utilizan como canales de comunicación de manera directa debido a que es un medios de información más accesible por la mayoría de personas (46%)

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

- Recomendaciones.

La mayoría de las Mype encuestadas realizan buenos procesos de atención al cliente además de contar con una buena recepción de reclamos y quejas salvo con la Mype Compusol donde no utilizan herramientas para medir la satisfacción del cliente se le recomienda utilizar esta herramienta para saber que procesos puede mejora de esta manera podrá estar capacitada y tener mayor competitividad respecto de las demás Mype.

Las MYPE en estudio están elaborando bien los procesos se le recomiendan no descuidarse e innovar para seguir con un buen posicionamiento en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Luna, M. (2016). En su tesis “*Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercial, venta de computadoras y soporte técnico, del distrito de Calleria, año 2016*”, disponible en:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044362>

Torres, K (2015). En su tesis “*Caracterización del financiamiento y la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro suministros de cómputo del distrito de Chimbote, 2013*” disponible en:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037710>

Barco, M (2017). En su tesis “*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*” disponible en:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045647>

Romero, D (2018). En su tesis “*Gestión de calidad en la capacitación de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de aparatos y equipos de uso doméstico de la ciudad de Huaraz, 2017*” disponible en:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000046177>

Riofrio, S (2018). En su tesis “*Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las mype comercializadoras rubro equipos de cómputo del centro de Piura, año 2016*” disponible en:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043112>

Gómez, E. (2009). *¿Cómo debe actuar cada uno de nosotros? Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave)*. (1ra. ed.) Argentina: El Cid Editor

Moncada, M. (2013). En su tesis titulada “*caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las mype*”, disponible en: <https://es.scribd.com/>.
Recuperado el 25 de 07 de 2016, de <https://es.scribd.com/>:
<https://es.scribd.com/doc/184424144/tesis-I>.

Muñoz, A. (2014). *Caracterización del financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector comercio - rubro compra/venta de computadoras del distrito y provincia de Trujillo*, 2014.
Trujillo: Tesis. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Núñez, H. (2003). *Servicio al cliente*. México: Edamsa impresiones.

Rodríguez, A., (2016). En su tesis “*Caracterización de la gestión de calidad y la Competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro grifos de la ciudad de Juanjuí*, Período 2015 - 2016.

Orbegoso, R. (2010). *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio -compra/venta de computadoras de San Luis - Cañete*, período 2008-2009. Cañete: Tesis. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Serna, P. (2006). *Del servicio al cliente a la gestión de clientes*. En Servicio al cliente (pp.29 39). Colombia: Panamericana editorial Ltda.

ANEXOS

ANEXOS 01

➤ **CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.**

ACTIVIDADES	FECHAS															
	ABRIL			MAYO				JUNIO				JULIO				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5
Participan en las actividades de inducción al uso del módulo de matrícula según el cronograma establecido en cada escuela	X															
Registran su matrícula según orientaciones recibidas en la escuela	X															
Socialización del SPA		X														
Realizan una lectura comprensiva del MIMI- Cap IV		X														
Programan a través de un Diagrama de Gantt la recolección y organización de la información.			X													
En equipo analizan el o los instrumentos para la recolección de datos de su investigación				X												
Responden foro de tema de investigación				X												
Presentan el trabajo a través de una matriz exponiendo la coherencia entre el problema, objetivo, metodología, variables, e indicadores del instrumento a través del campus virtual.					X											
Se realiza el recojo de la información a través del instrumento de recolección de datos						X	X		X							
Trabajo en equipo recogen las fortalezas y debilidades de la																

aplicación del instrumento de recolección de datos									X								
Responden foro colaborativo: Aplicación del instrumento									X								
Se enviara la matriz de datos codificados correctamente a través del campus virtual										X							
Analizan en grupo los resultados propuestos en los prototipos de investigación.											X						
Responden foro colaborativo: Análisis de resultados.											X						
Procesan estadísticamente los resultados obtenidos a través del instrumento de recolección de datos.												X					
Presentan los resultados de su investigación a través de tablas y gráficos requeridos													X	X	X	X	X
Deberán de subir su informe para corrección por el docente														X			

Anexos 02

➤ MUESTRA Y POBLACIÓN.

La población de las micro y pequeñas del sector comercio rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote, tomando una muestra aleatoria de Mype donde se aplicó las encuestas, que constaban del cuestionario a fin de determinar las características de estas micro y pequeñas empresas en la localidad.

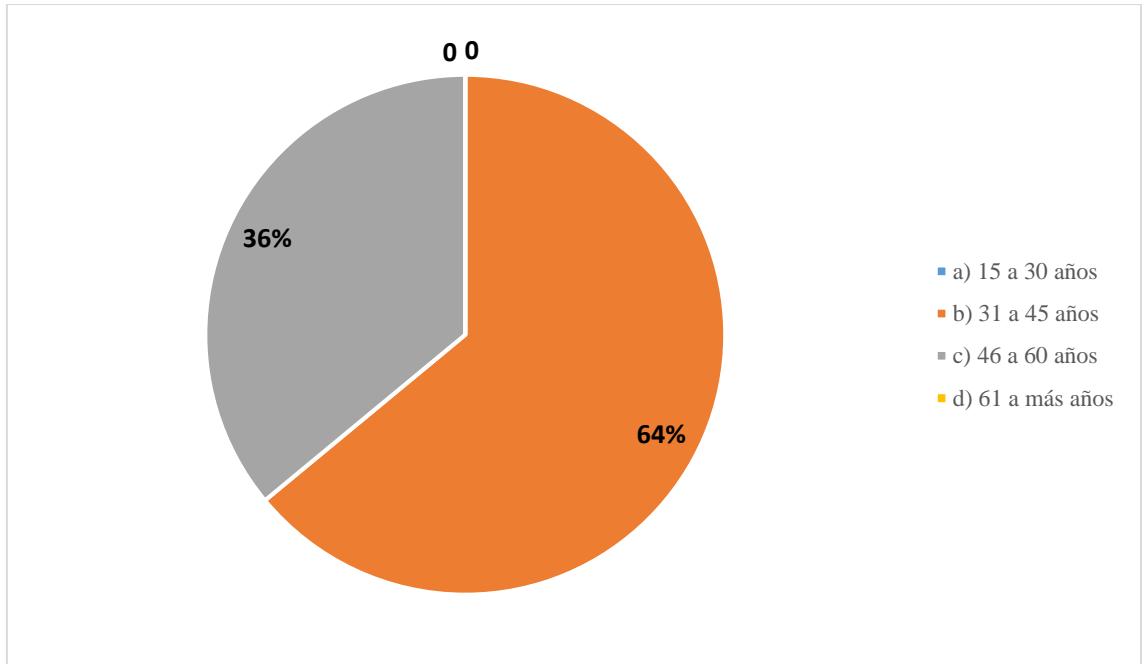
NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCION
GRUPO INFONORTE S.A.C.	JR. LADISLAO ESPINAR NRO. 433 INT. 106
INFORMATICA N&F TECNOLOGIAS	JR. LADISLAO ESPINAR N°400
COMPUTER HOUSE	AV. JOSÉ PARDO 620
AGO INVERSIONES	JIRÓN LADISLAO ESPINAR 440
GRUPO COMPANY	AV. PARDO 660
ETRO SYSTEM SOLUCIONES	JR. LADISLAO ESPINAR NRO. 428 INT. 12
HARDWARE & SOFTWARE	JR. LADISLAO ESPINAR NRO. 423
PCS WORLD S.R.L.	JR. LADISLAO ESPINAR NRO. 499 CERCADO URBANO
COMPUSOL E.I.R.L.	JR. LADISLAO ESPINAR NRO. 429 INT. 114
NEGOFRAG S.A.C.	JR. LADISLAO ESPINAR NRO. 429 INT. 301 CENT CERCADO
COMPUMARKET REGIONAL S.R.L.	JR. LADISLAO ESPINAR NRO. 429 INT.

ANEXOS 03
GRÁFICOS

Grafico N°
representante

INFONORTE GLOBAL BUSINEES E.I.R.L.	JR. ESPINAR NRO. 429 INT. 106
GRUPO TECHNOLOGY SERVICES D S.A.C.	JR. FRANCISCO BOLOGNESI NRO. 465
REPRESENTACIONES LETSA	JR. ELÍAS AGUIRRE NO 515
JARTEC COMPUTER S.A.C.	JR LADISLAO ESPINAR 429 INT. 110.
T WORD	JR LADISLAO 4029 INTERIOR 101 T-A CASCO URBANO
COMPUYESS	AV JOSE PARDO 773 OFICINA 101 CASCO URBANO
COMPUTEL	AV JOSE PARDO 348 INTERIOR CASCO URBANO
TECH PERU	JR LADISLAO N 453 CASCO URBANO
MARCIMEX	JR ELIAS AGUIRRE 323 CASCO URBANO
MICROTECH SERVICE	JR LADISLAO ESPINAR 429
DAFNET INFORMÁTICOS	AV. JOSÉ PARDO 375

01: Edad del



Fuente: Tabla N°1 Del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote.

Grafico N° 02: Género del representante

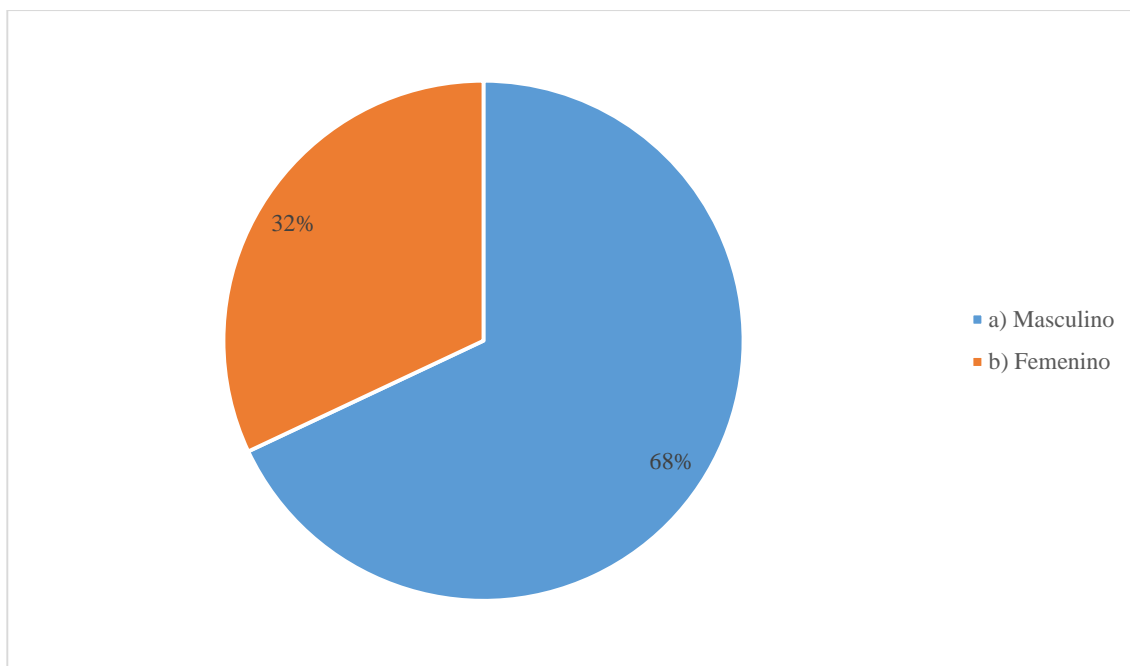
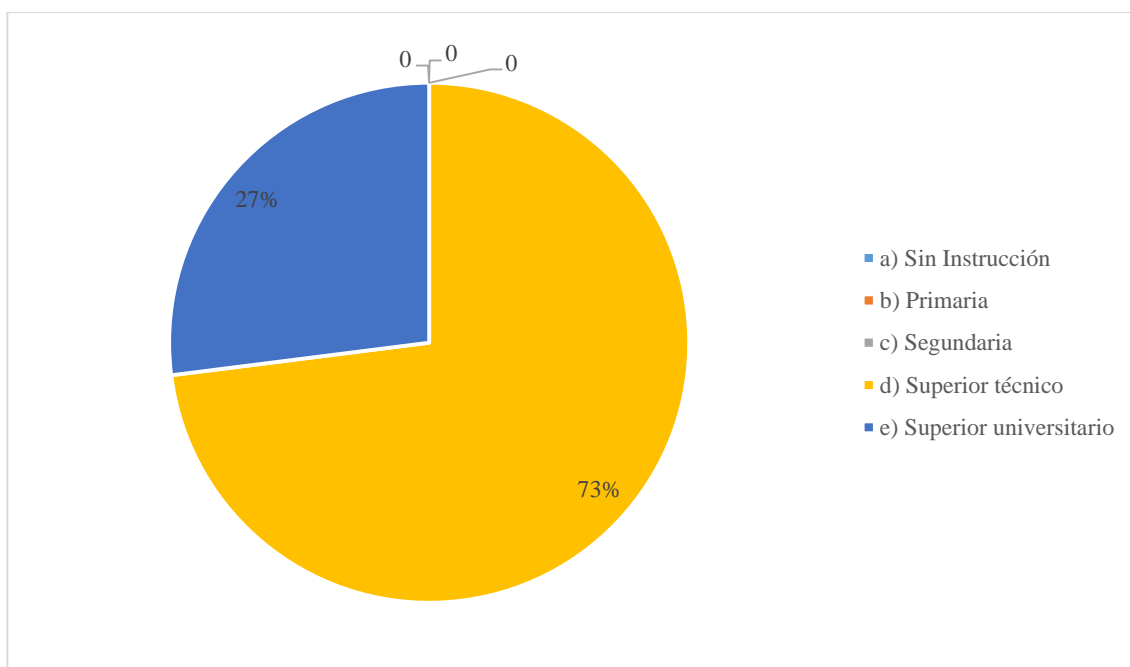


Grafico N° 03: Grado de instrucción del representante



Fuente: Tabla N°3 Del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote.

Grafico N° 04: Cargo dentro de la empresa

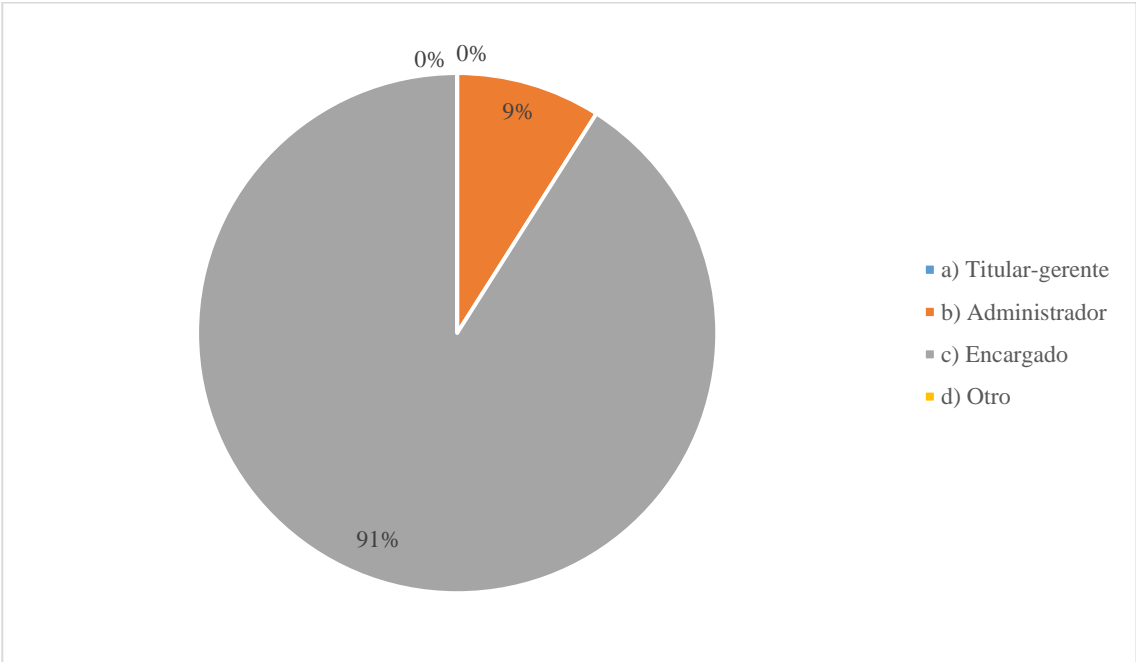
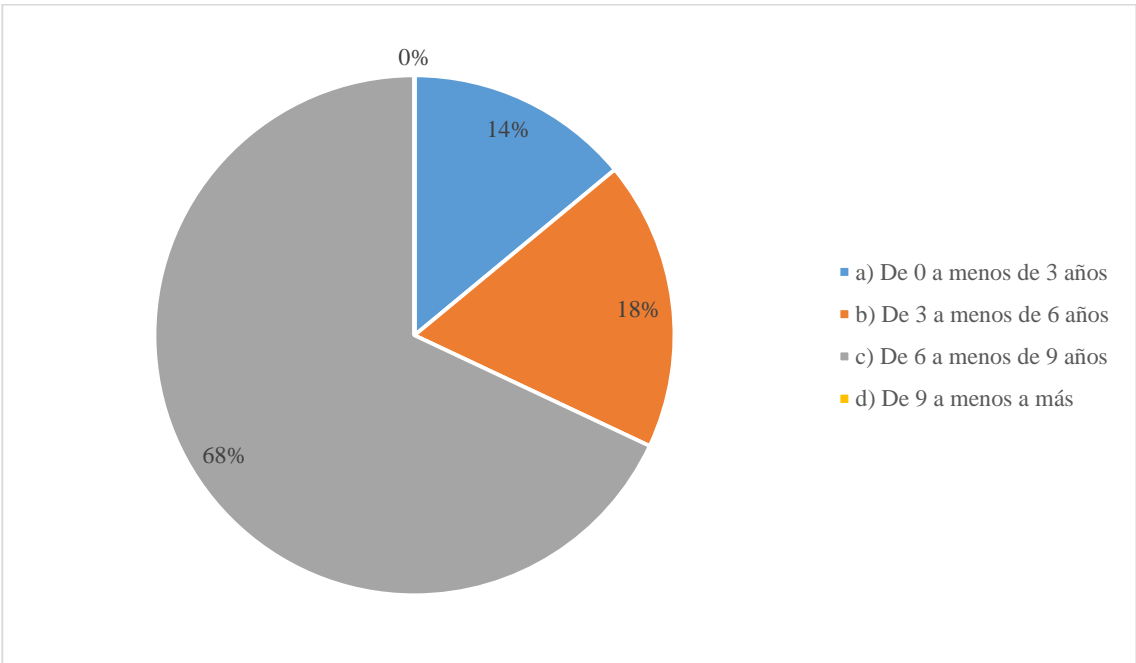


Grafico N° 05: Años de permanencia en el mercado



Fuente: Tabla N°5 Del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote.

Grafico N° 06: Misión y visión de la empresa

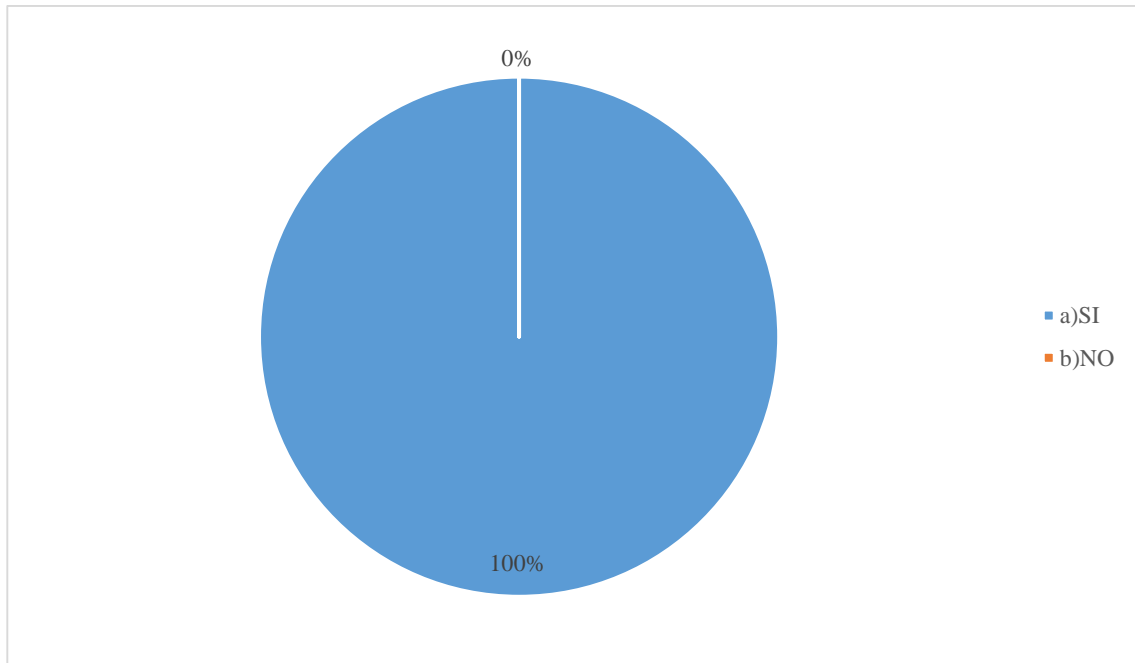
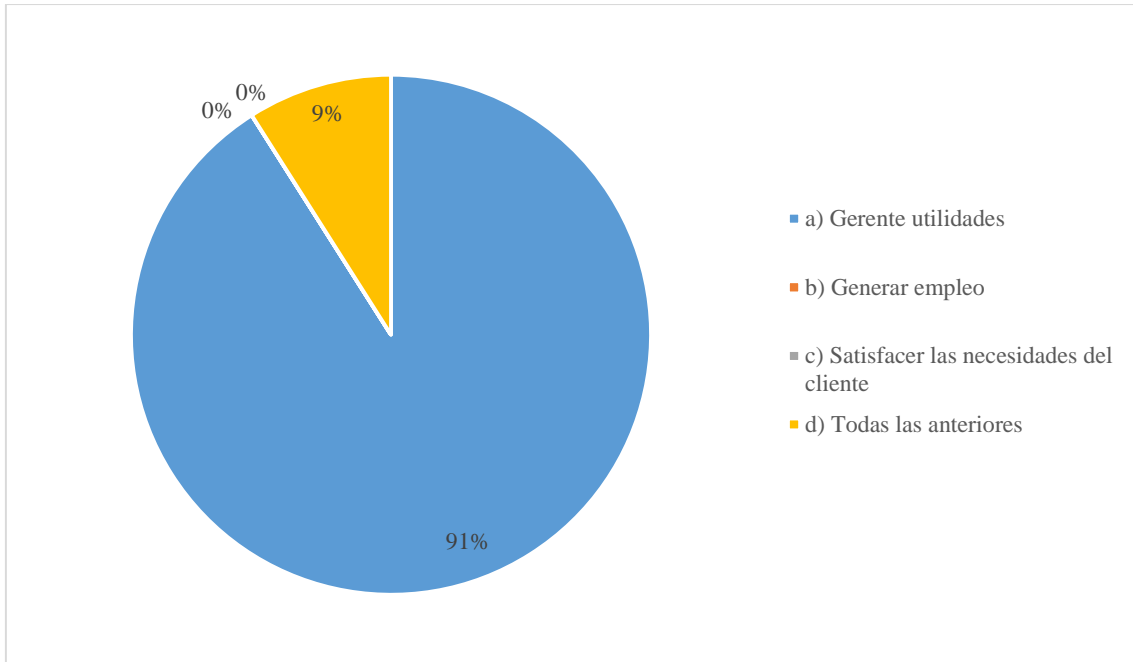


Grafico N° 07: Finalidad de la empresa



Fuente: Tabla N°7 Del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote.

Gráfico: N° 08 cuenta con otro local comercial

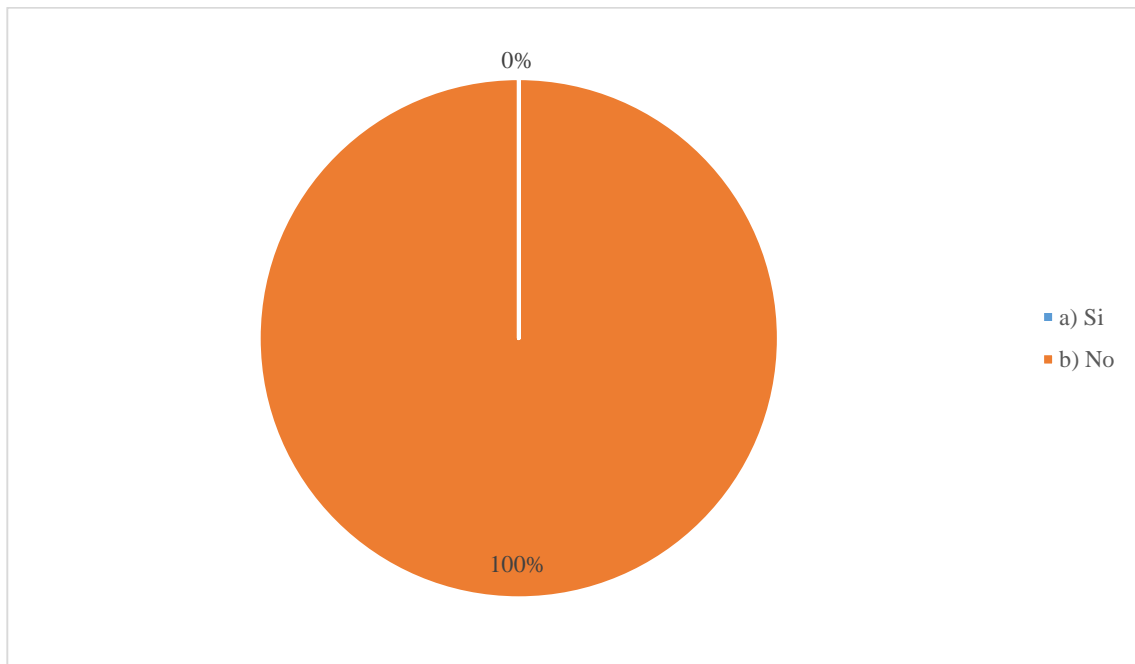
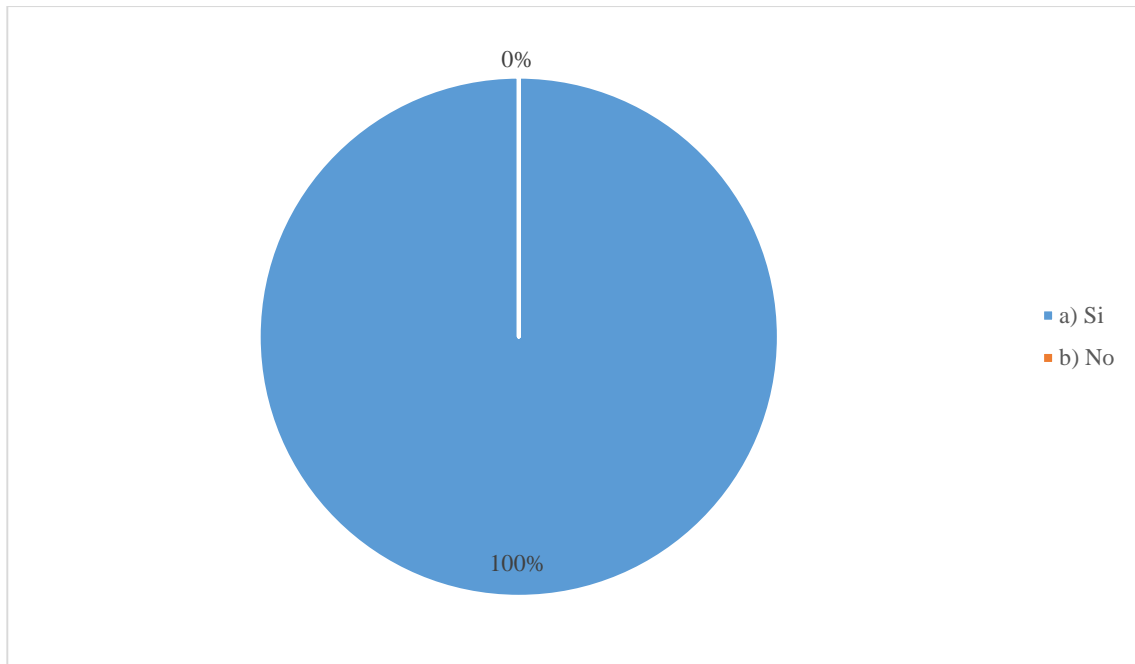


Gráfico: N°09 Conocimiento sobre Gestión de Calidad



Fuente: Tabla N°9 Del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote.

Gráfico: N°10 Realiza Gestión de Calidad

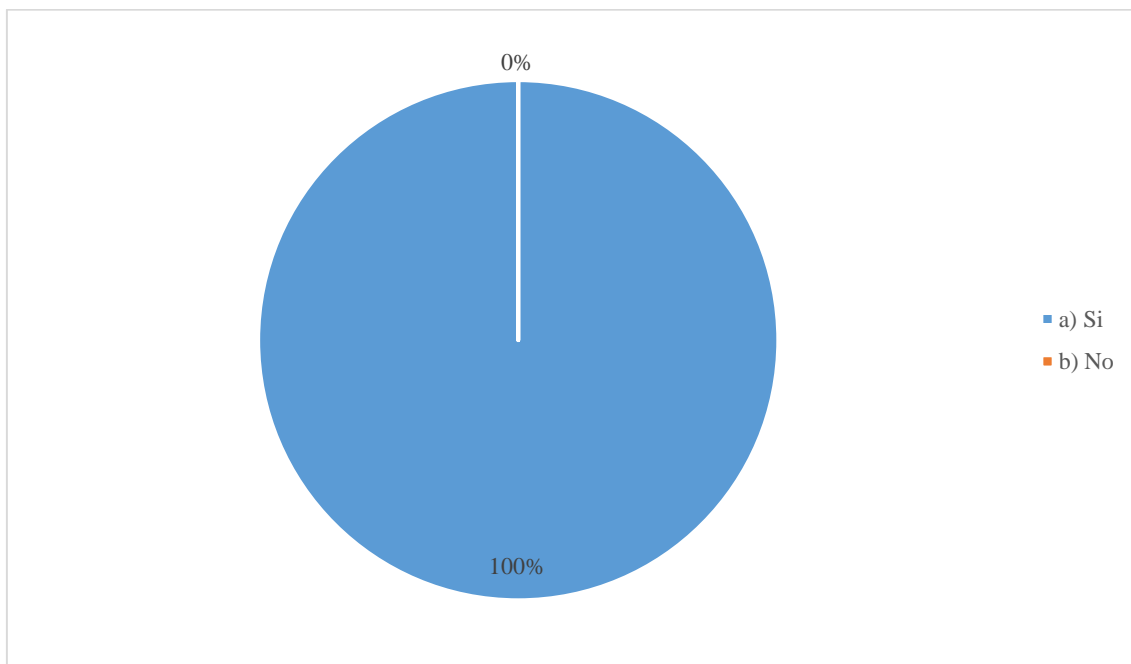
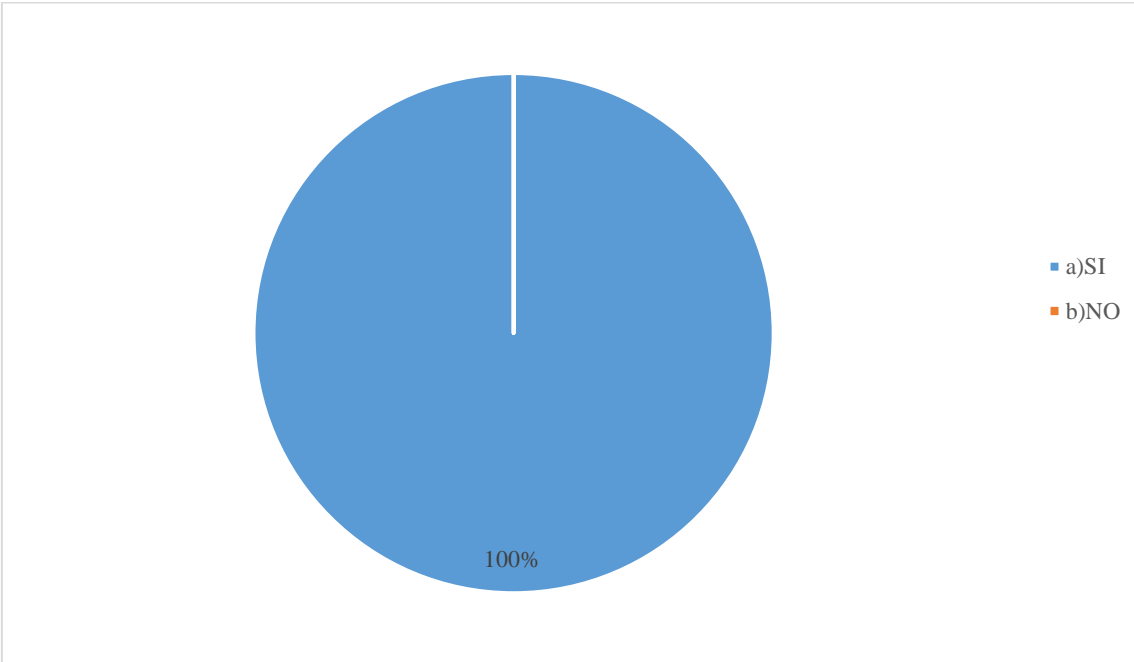


Gráfico: N° 11 Planificación de actividades



Fuente: Tabla N°11 Del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote.

Gráfico: N° 12 Nivel de Servicio Frente a la Competencia

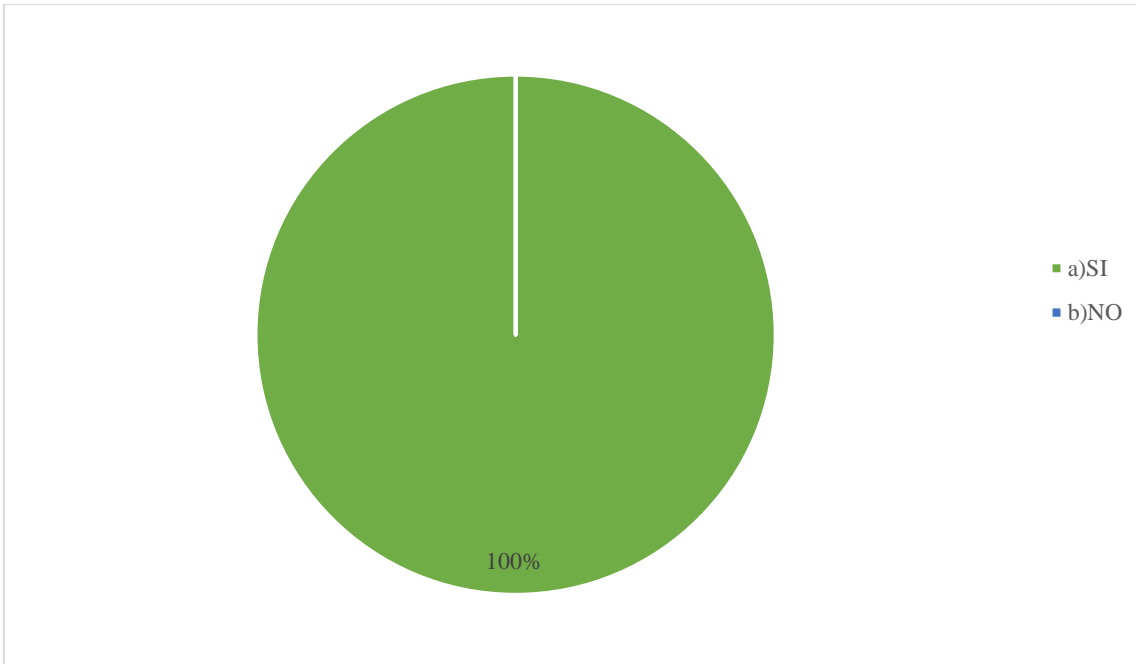
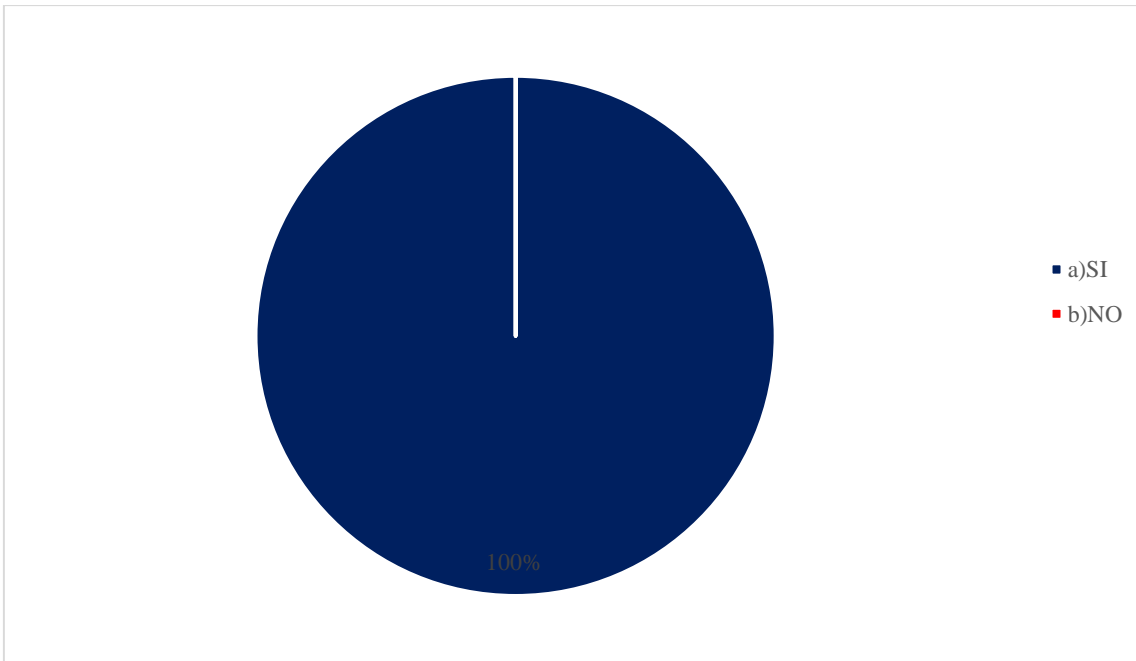


Gráfico: N° 13 Identificación de los clientes con la empresa



Fuente: Tabla N°13 Del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote.

Gráfico: N°14 Libro de Reclamaciones

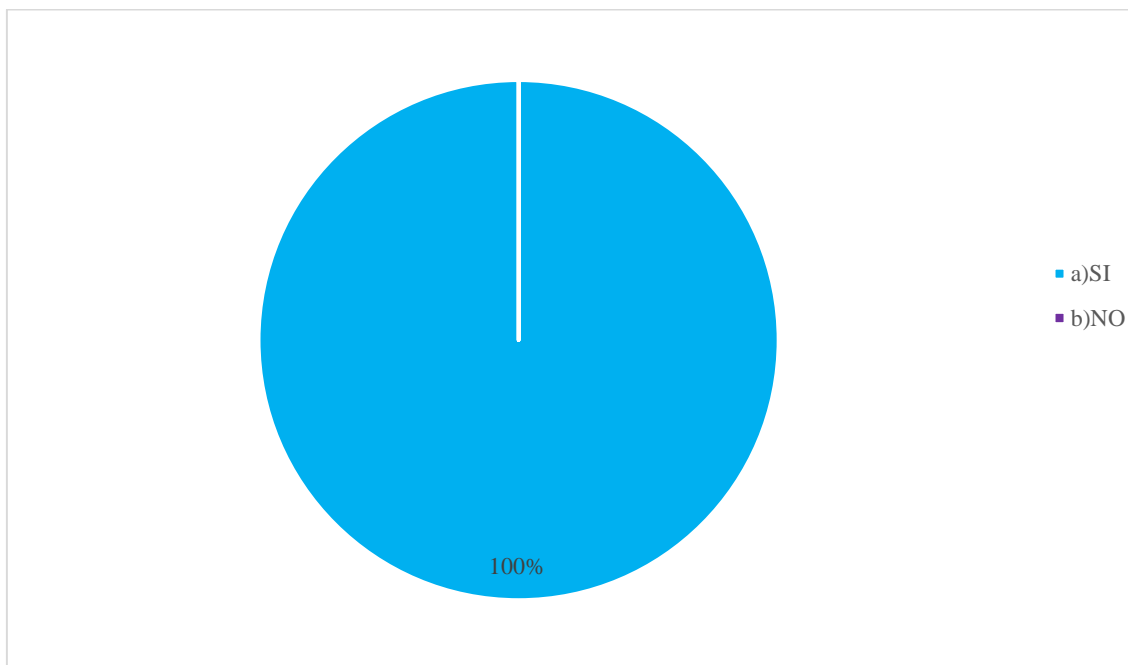
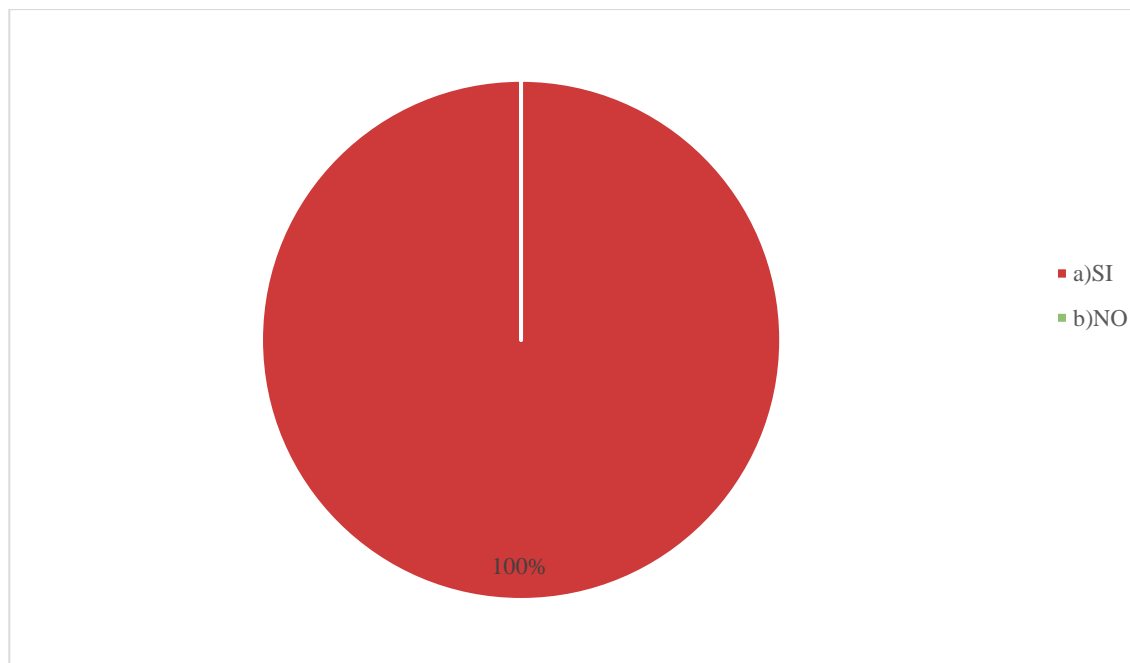


Gráfico: N°15 Recepción de Reclamos de los clientes



Fuente: Tabla N°15 Del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote.

Gráfico: N°16 Reacciones frente a situaciones de quejas

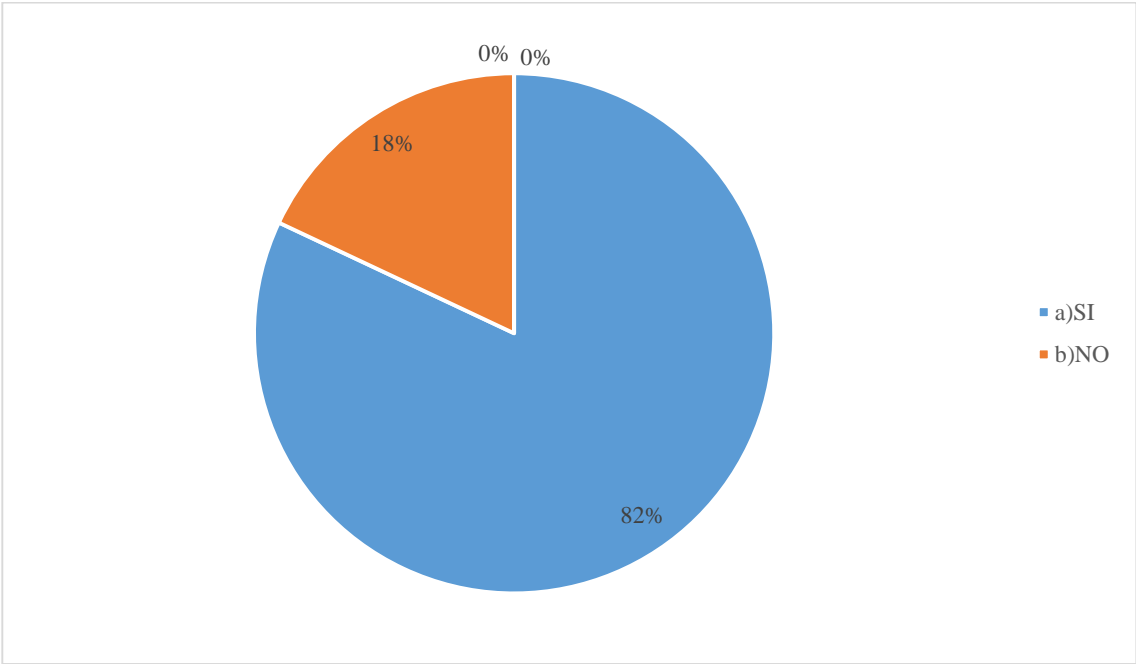
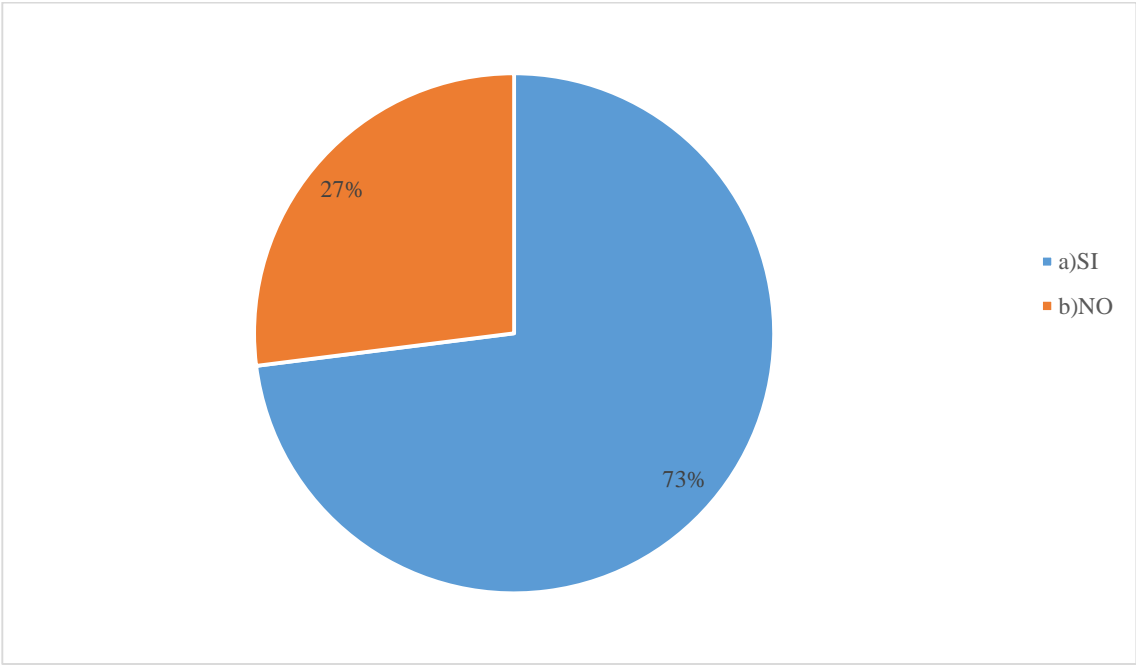


Gráfico: N°17 Tiempo de capacitaciones del personal



Fuente: Tabla N°17 Del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote.

Gráfico: N°18 Calificación Frente al desarrollo al personal

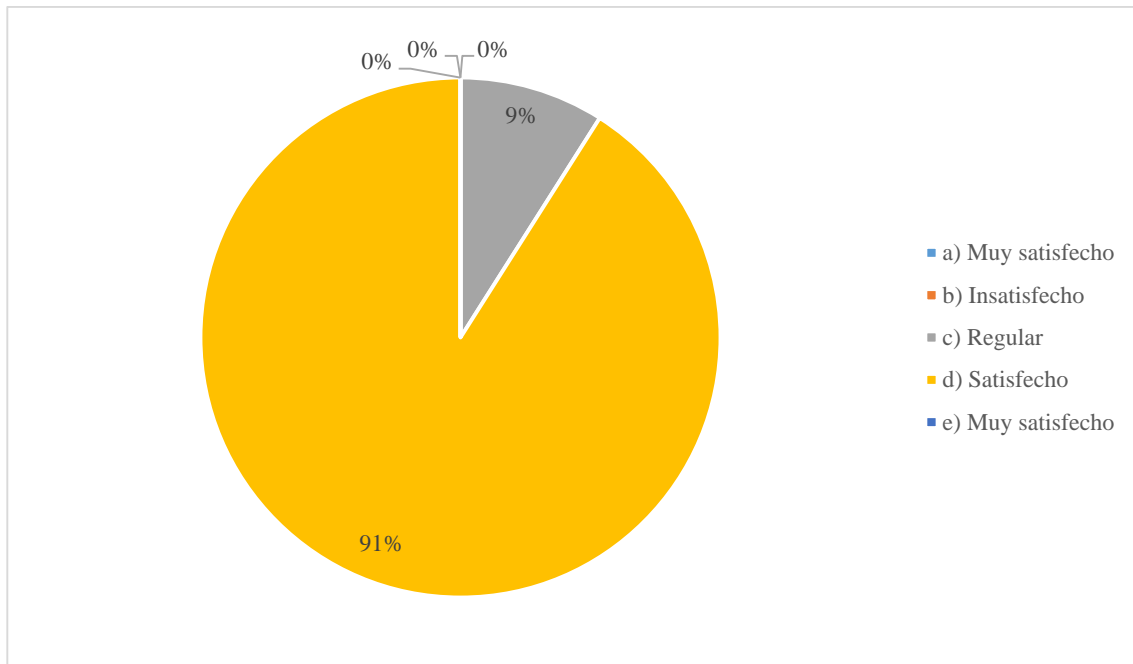
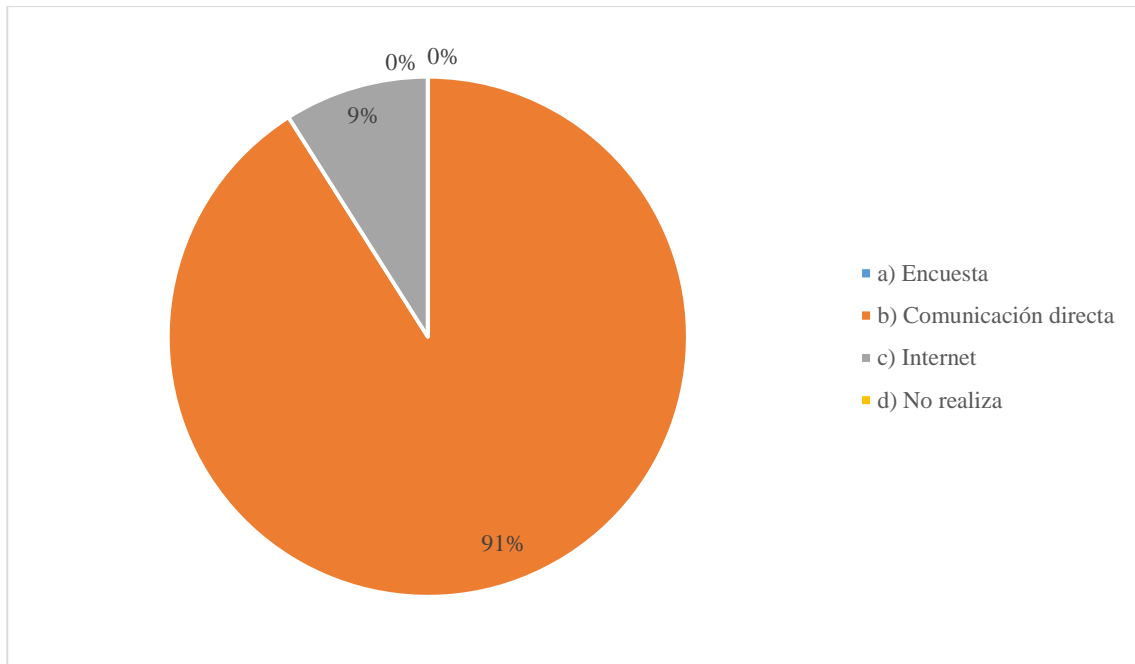


Gráfico: N°19 Herramientas para medir el nivel de satisfacción del cliente



Fuente: Tabla N°19 Del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de computadoras del distrito de Chimbo.

Gráfico: N°20 Canales de comunicación

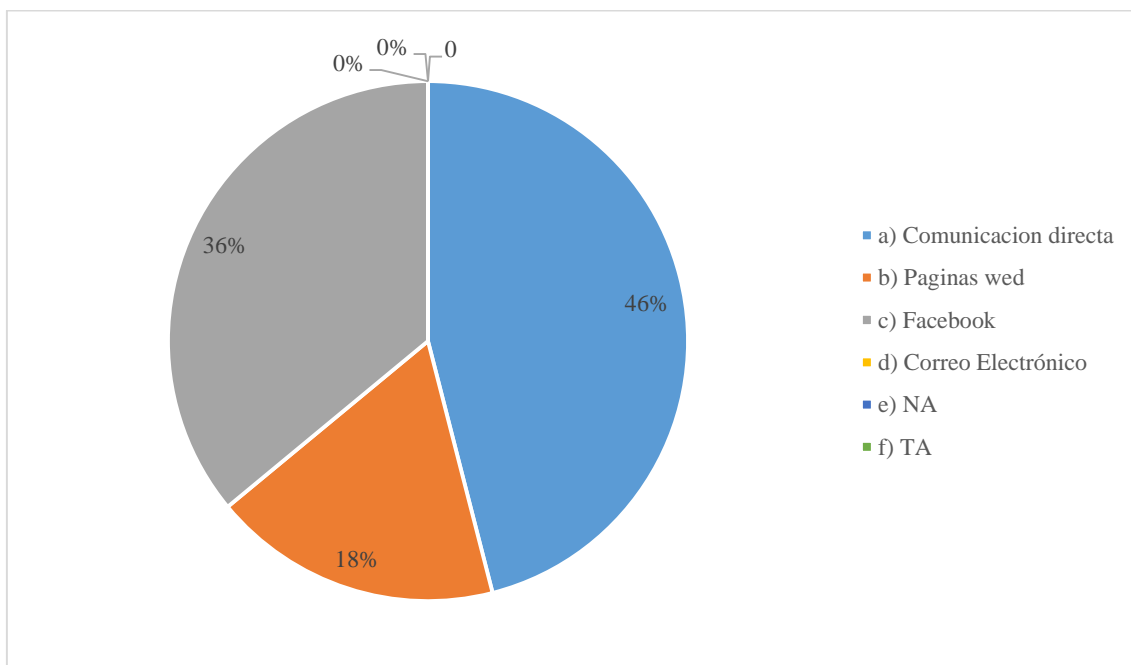
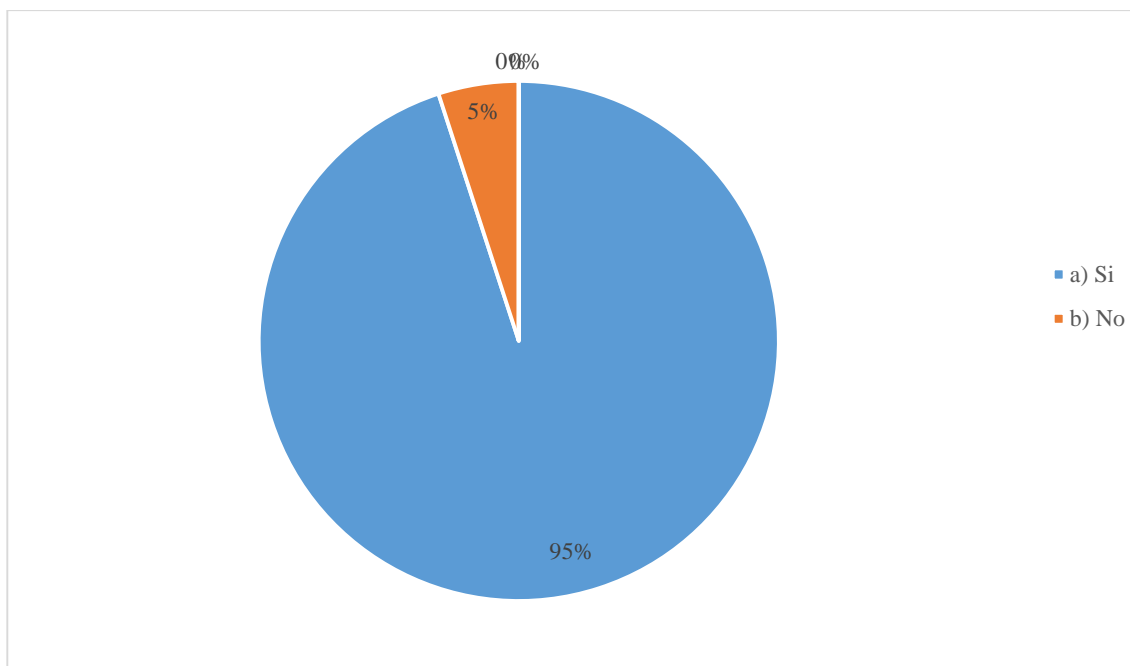


Gráfico: N°21 Procesos establecidos en atención al cliente



Fuente: Tabla N°21 Del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote.

Gráfico: N°22 Nivel de satisfacción respecto al servicio

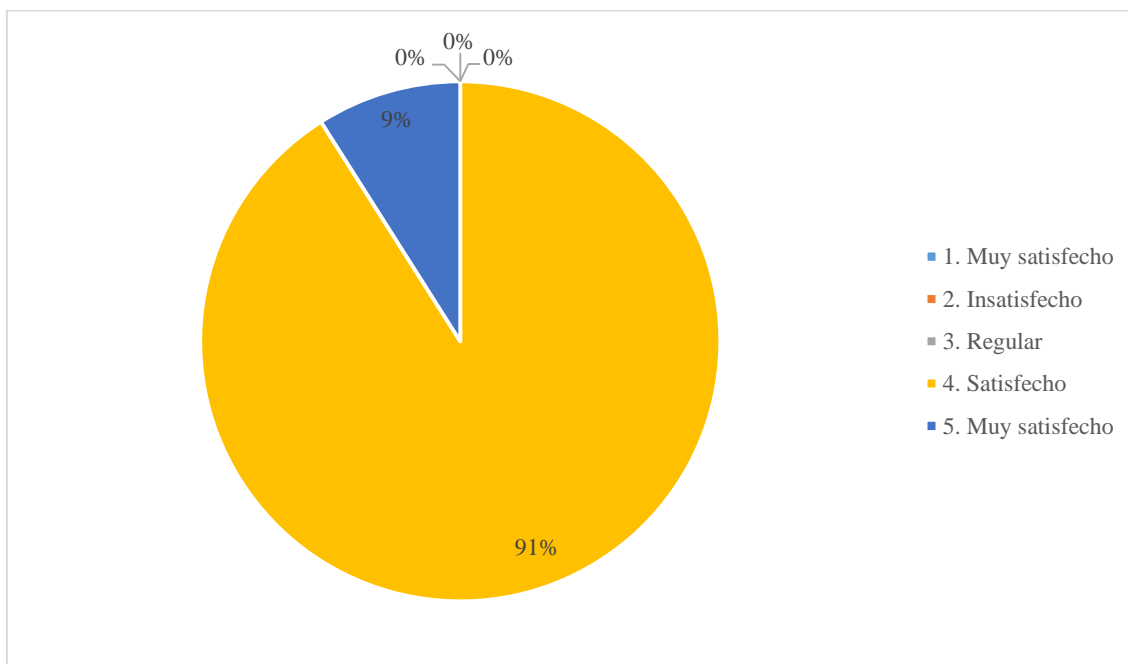
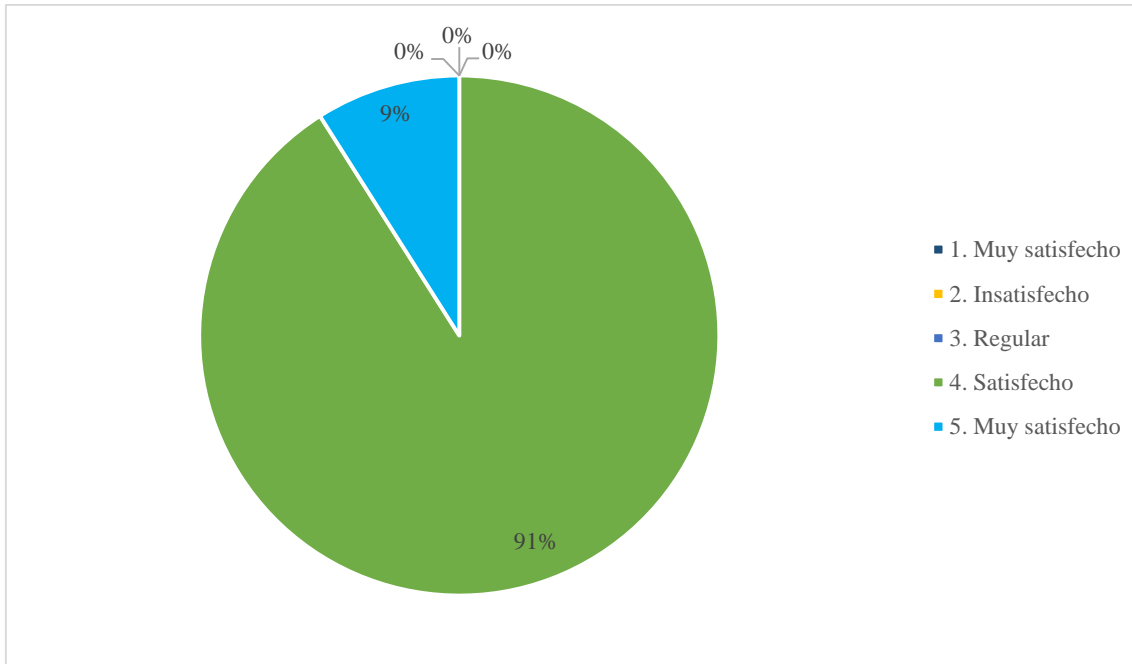


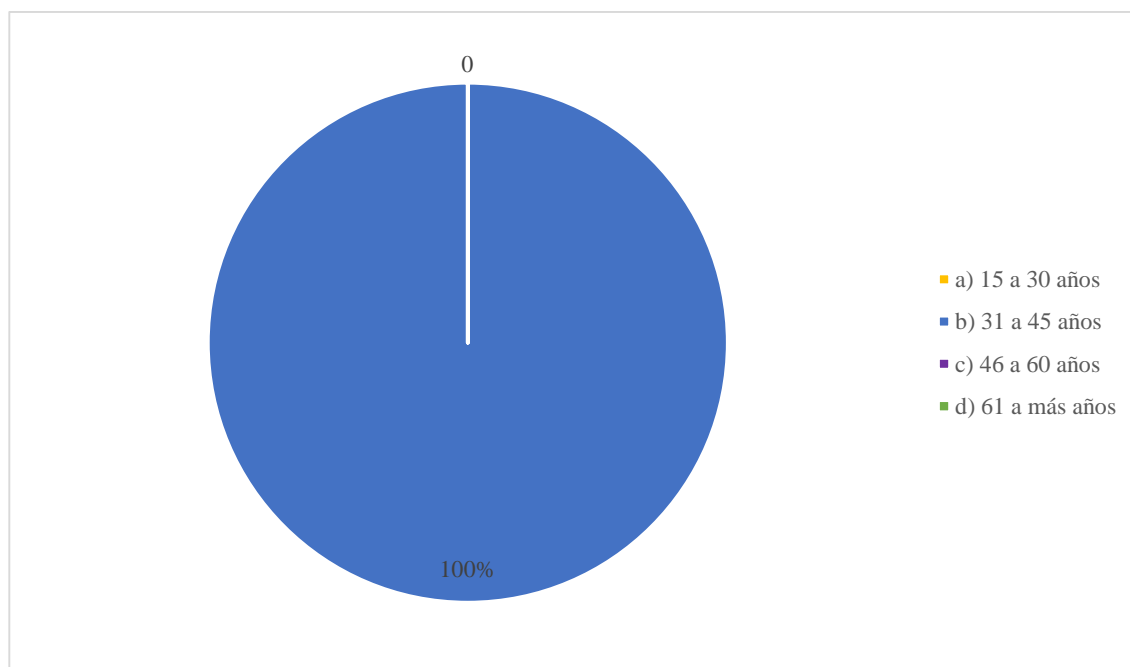
Gráfico: N°23 Nivel de satisfacción respecto a la exigencia del cliente



Fuente: Tabla N°23 Del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote.

GRAFICOS DE LOS RESULTADOS REALIZADO AL REPRESENTANTE DE COMPUSOL SAC

Gráfico: N° 01 Edad del representante



Fuente: Tabla N°1 del cuestionario aplicado al representante de la micro y pequeña empresa sector comercio – venta de computadoras distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2018 caso Compusol SAC

Gráfico: N° 02 Género del representante

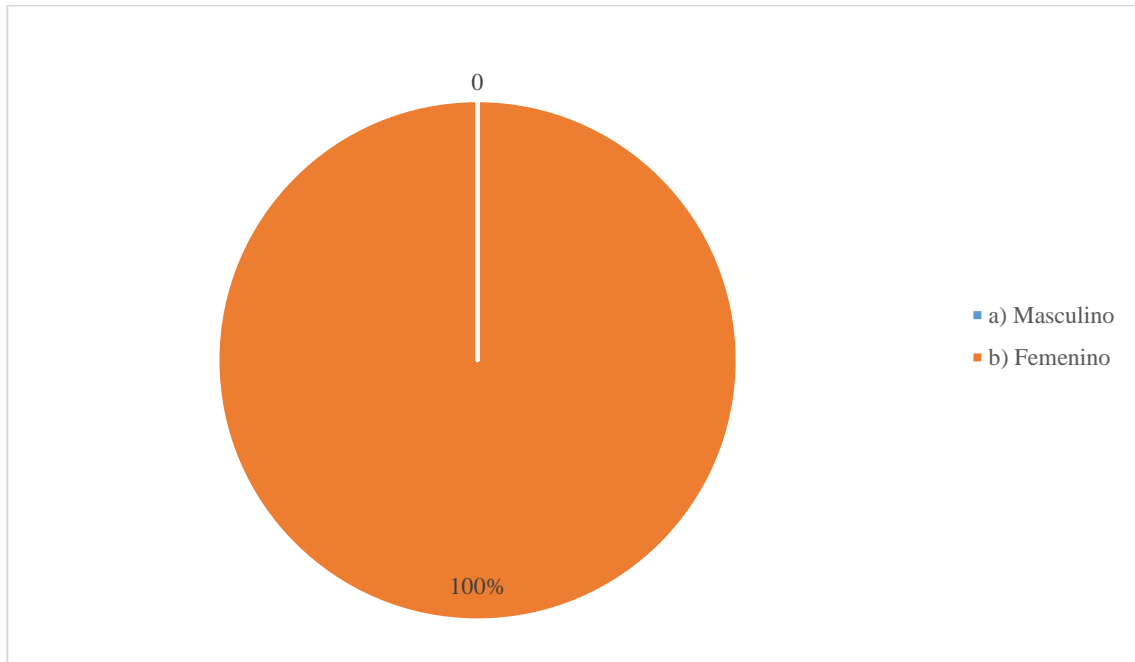
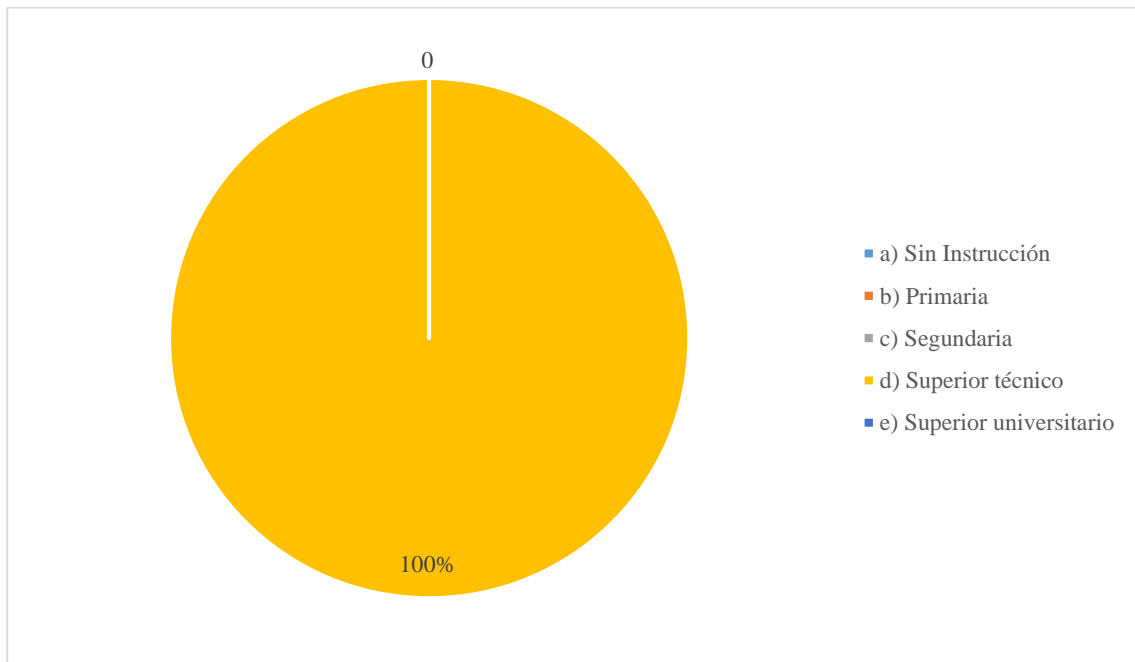


Gráfico: N°03 Grado de instrucción del representante



Fuente: Tabla N°3 del cuestionario aplicado al representante de la micro y pequeña empresa sector comercio – venta de computadoras distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2018 caso Compusol SAC

Gráfico: N°04 Cargo dentro de la empresa

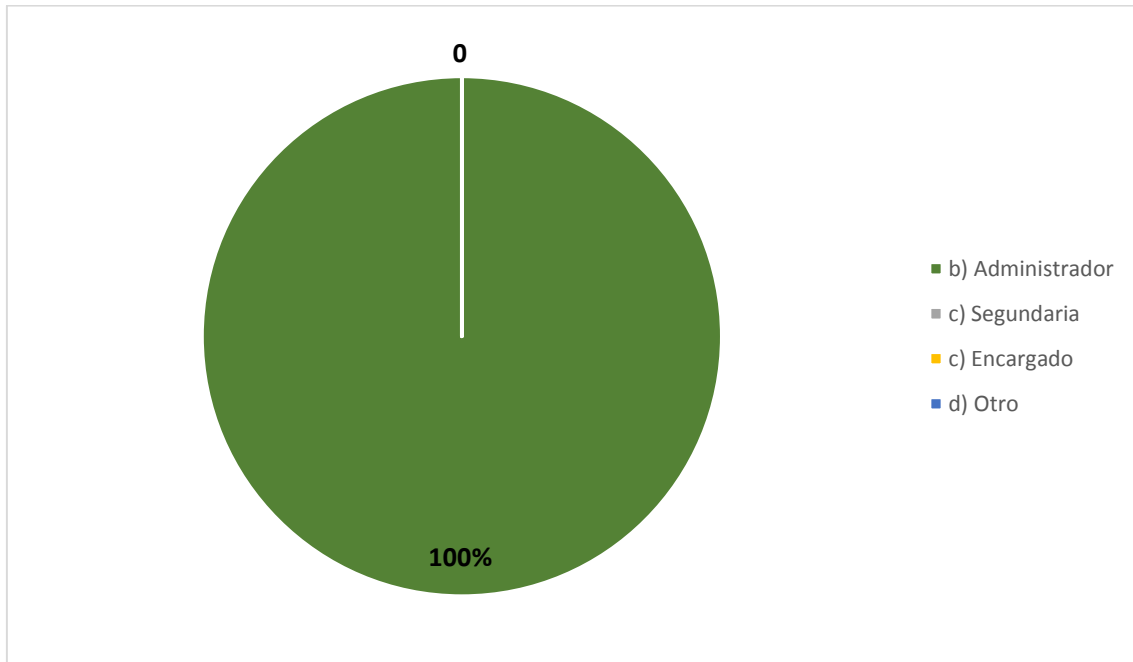
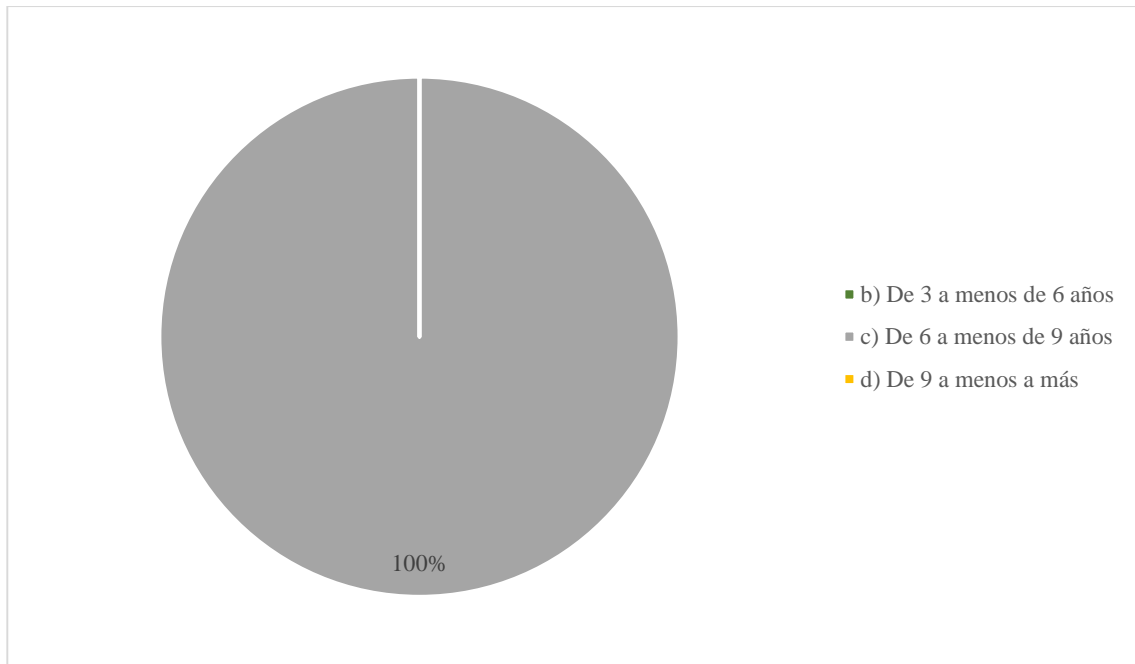


Gráfico: N°05 Años de permanencia en el mercado



Fuente: Tabla N°5 del cuestionario aplicado al representante de la micro y pequeña empresa sector comercio – venta de computadoras distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2018 caso Compusol SAC

Gráfico: N°06 Misión y visión de la empresa

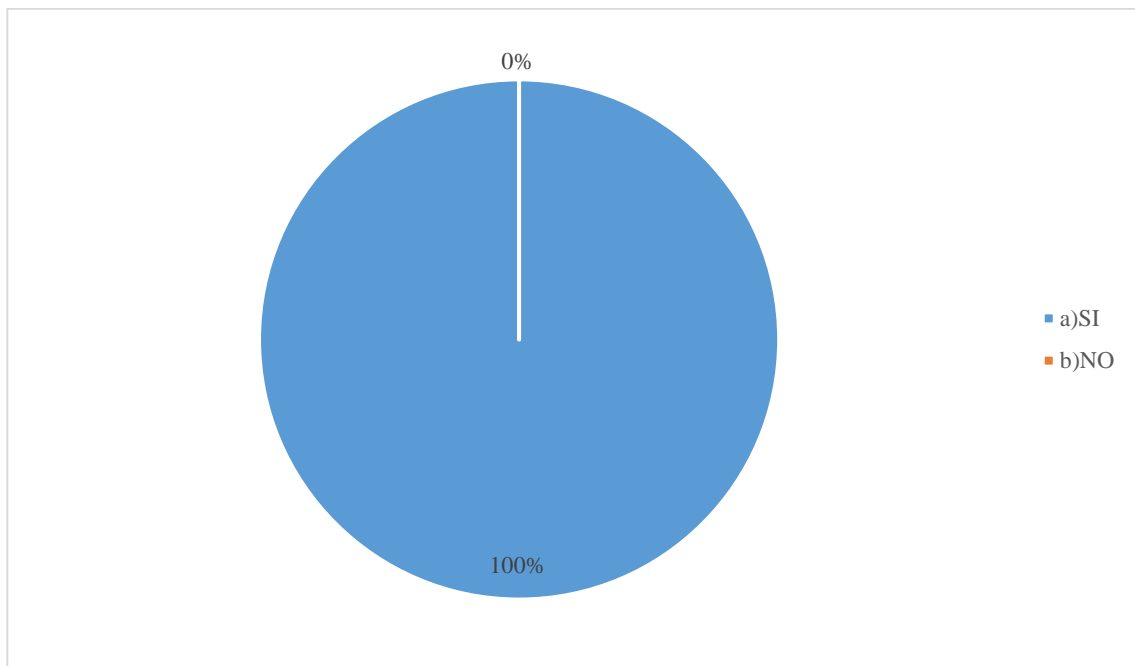
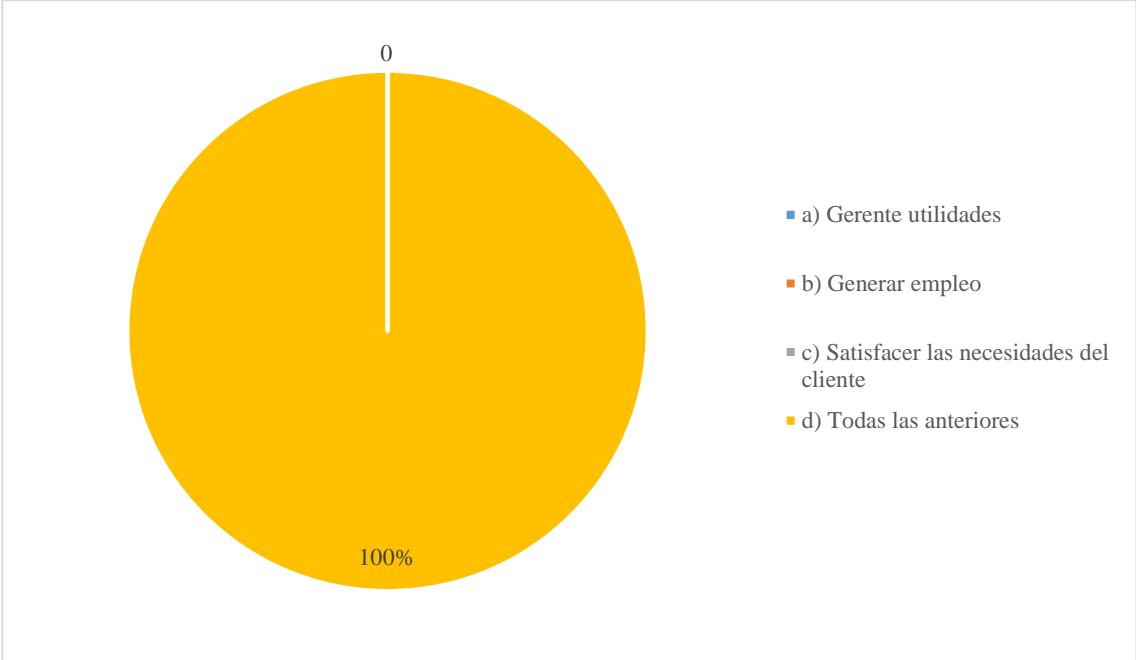


Gráfico: N°07 Finalidad de la empresa



Fuente: Tabla N°6 del cuestionario aplicado al representante de la micro y pequeña empresa sector comercio – venta de computadoras distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2018 caso Compusol SAC

Gráfico: N°08 cuenta con otro local comercial

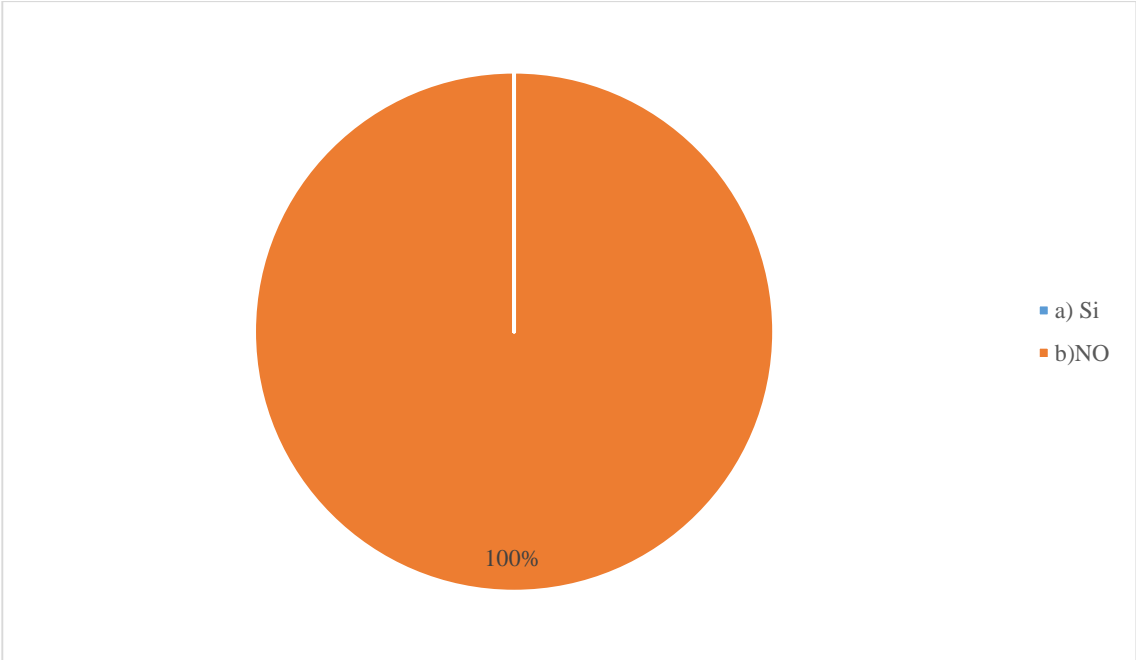
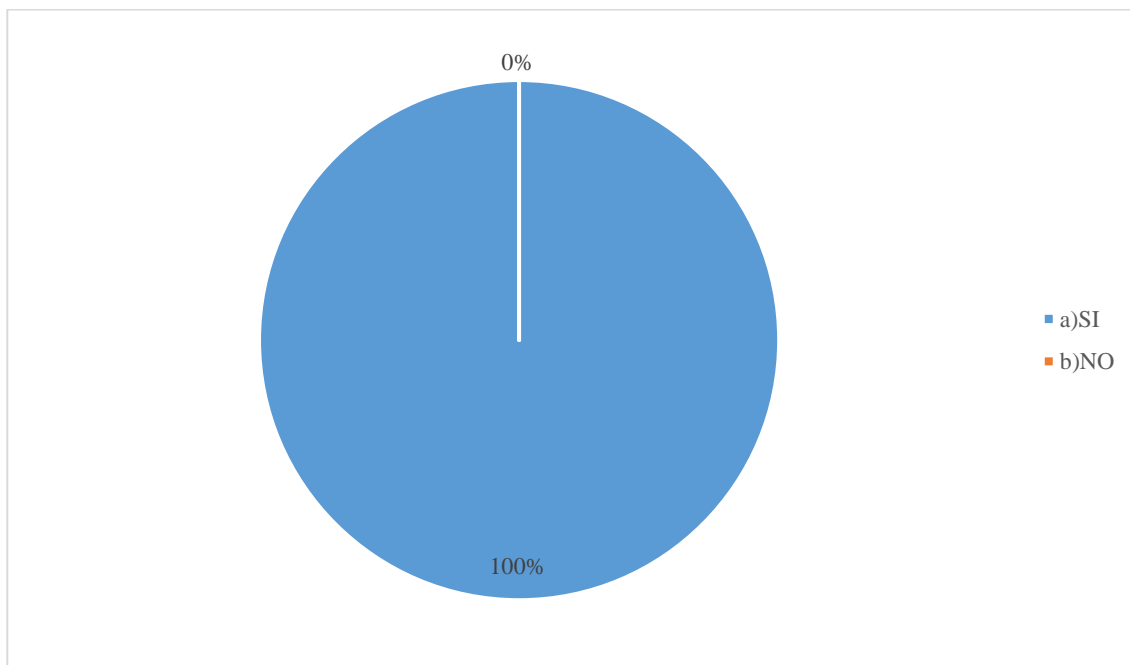


Gráfico: N°09 Conocimiento sobre Gestión de Calidad



Fuente: Tabla N°9 del cuestionario aplicado al representante de la micro y pequeña empresa sector comercio – venta de computadoras distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2018 caso Compusol SAC

Gráfico: N°10 Realiza Gestión de Calidad

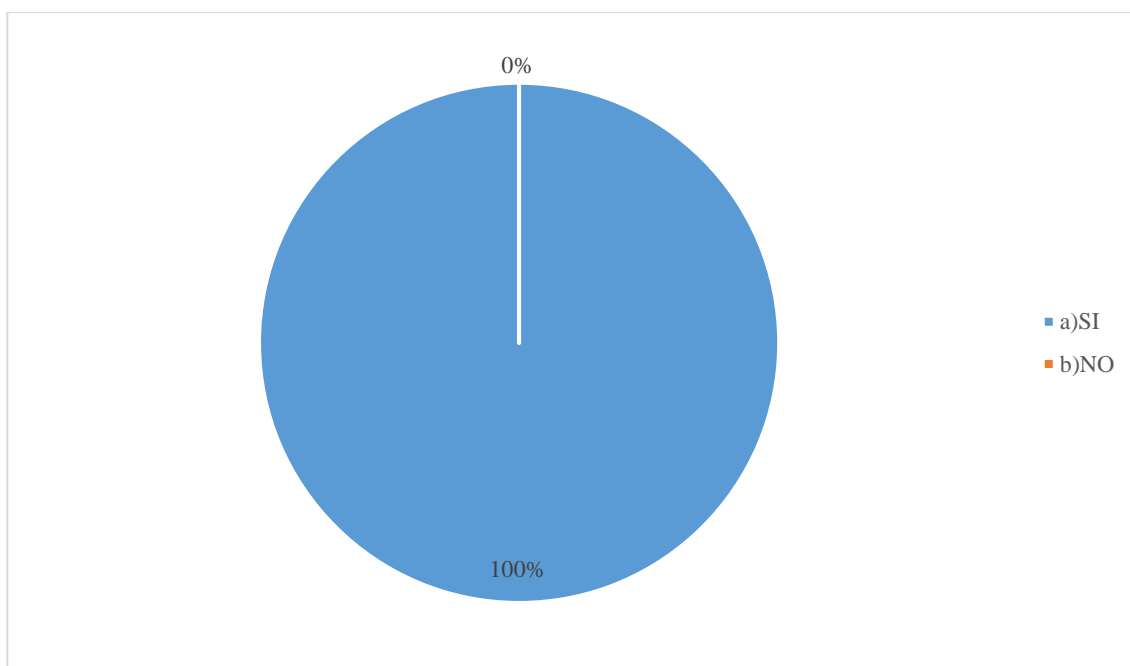
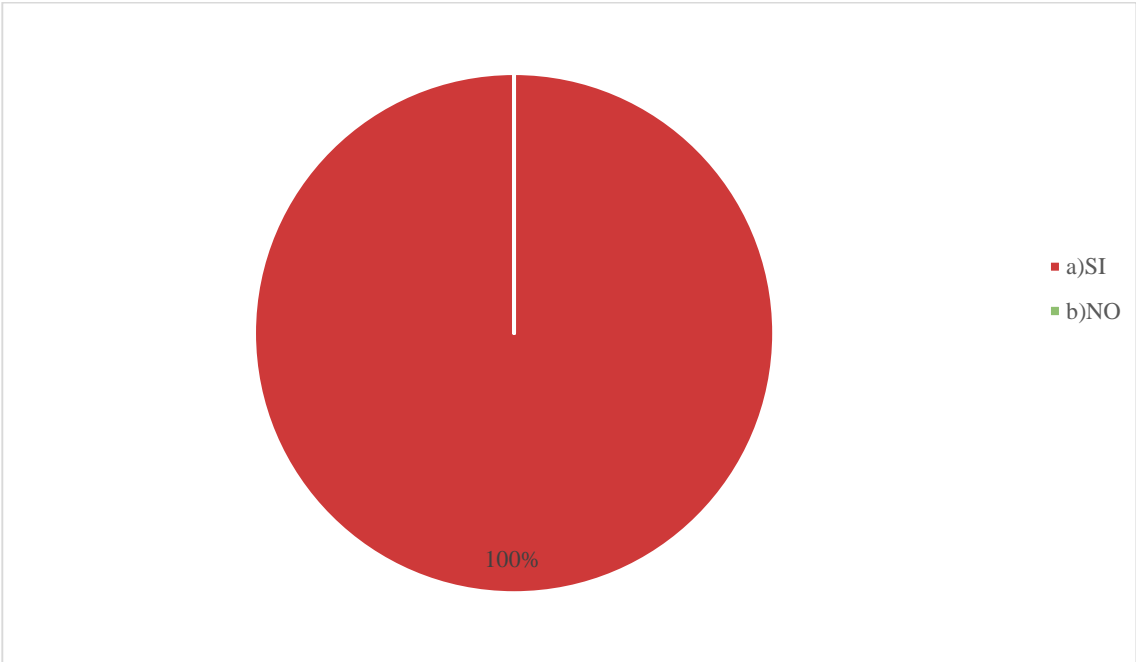


Gráfico: N°11 Planificación de actividades



Fuente: Tabla N°11 del cuestionario aplicado al representante de la micro y pequeña empresa sector comercio – venta de computadoras distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2018 caso Compusol SAC

Gráfico: N°12 Nivel de Servicio Frente a la Competencia

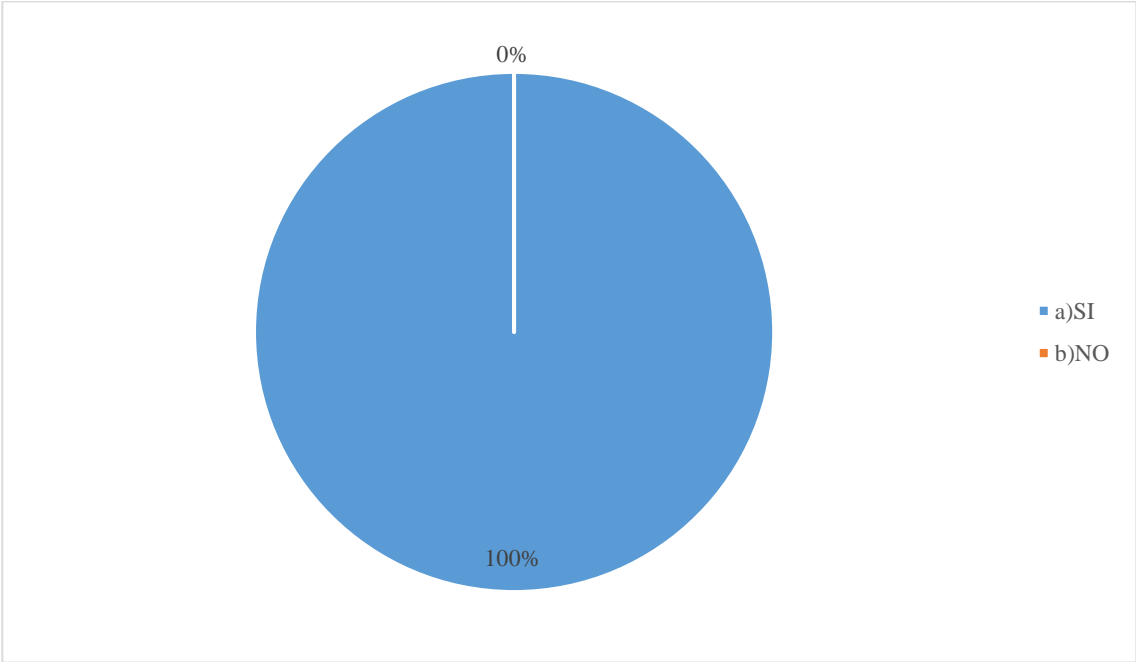
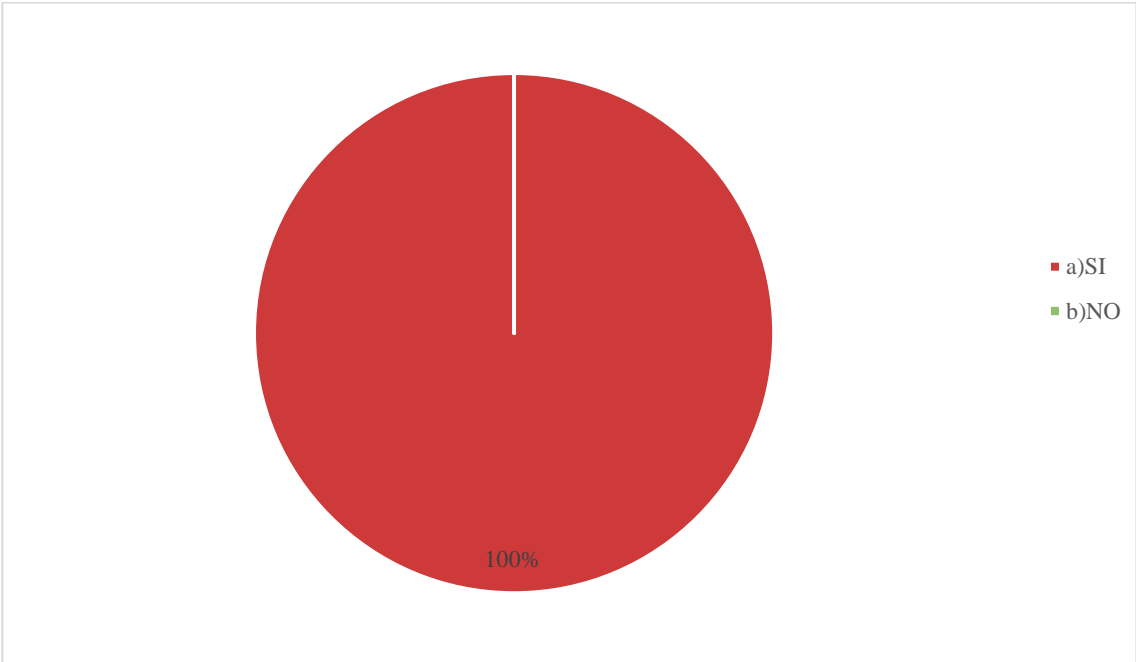


Gráfico: N°13 Identificación de los clientes con la empresa



Fuente: Tabla N°13 del cuestionario aplicado al representante de la micro y pequeña empresa sector comercio – venta de computadoras distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2018 caso Compusol SAC

Gráfico: N°14 Libro de Reclamaciones

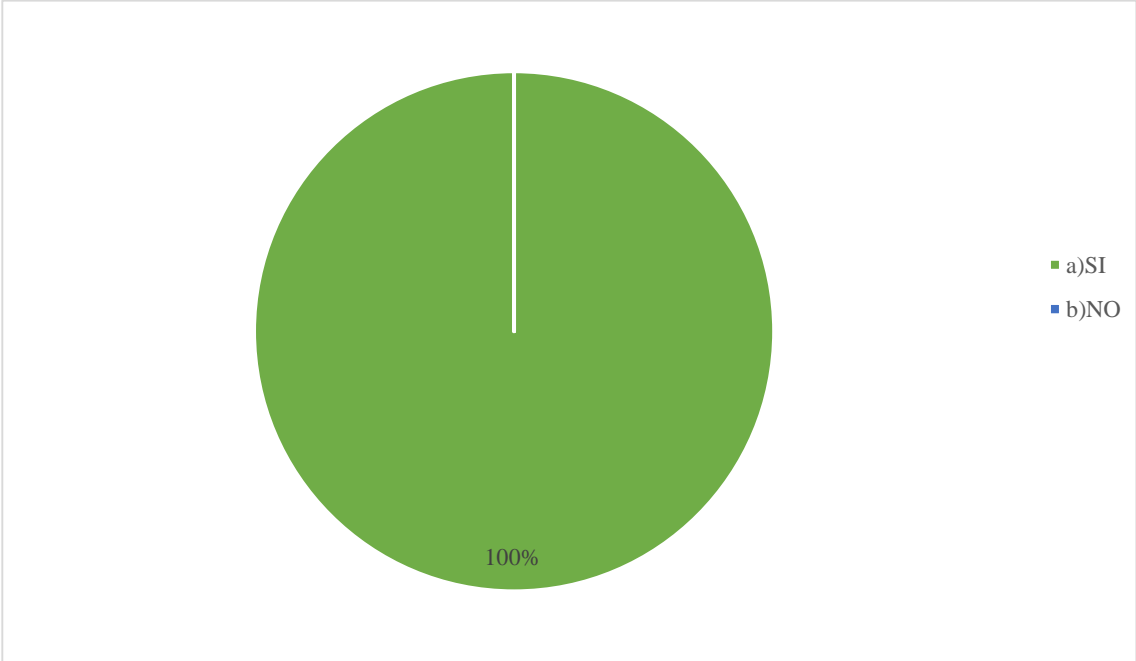
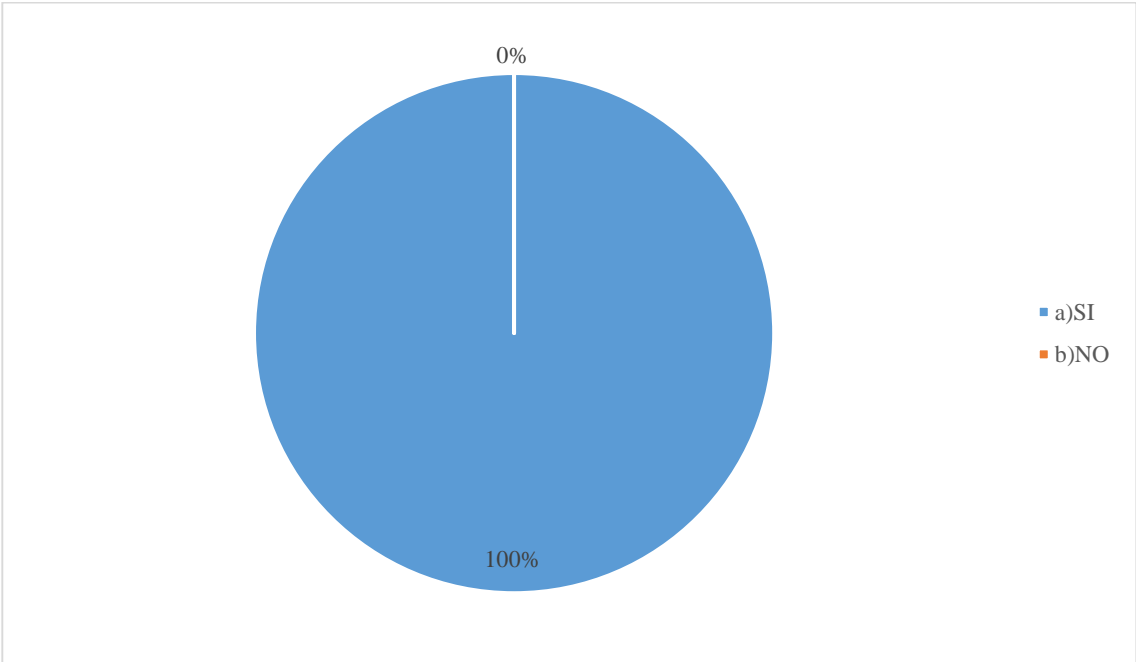


Gráfico: N°15 Recepción de Reclamos de los clientes



Fuente: Tabla N°15 del cuestionario aplicado al representante de la micro y pequeña empresa sector comercio – venta de computadoras distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2018 caso Compusol SAC

Gráfico: N°16 Reacciones frente a situaciones de quejas

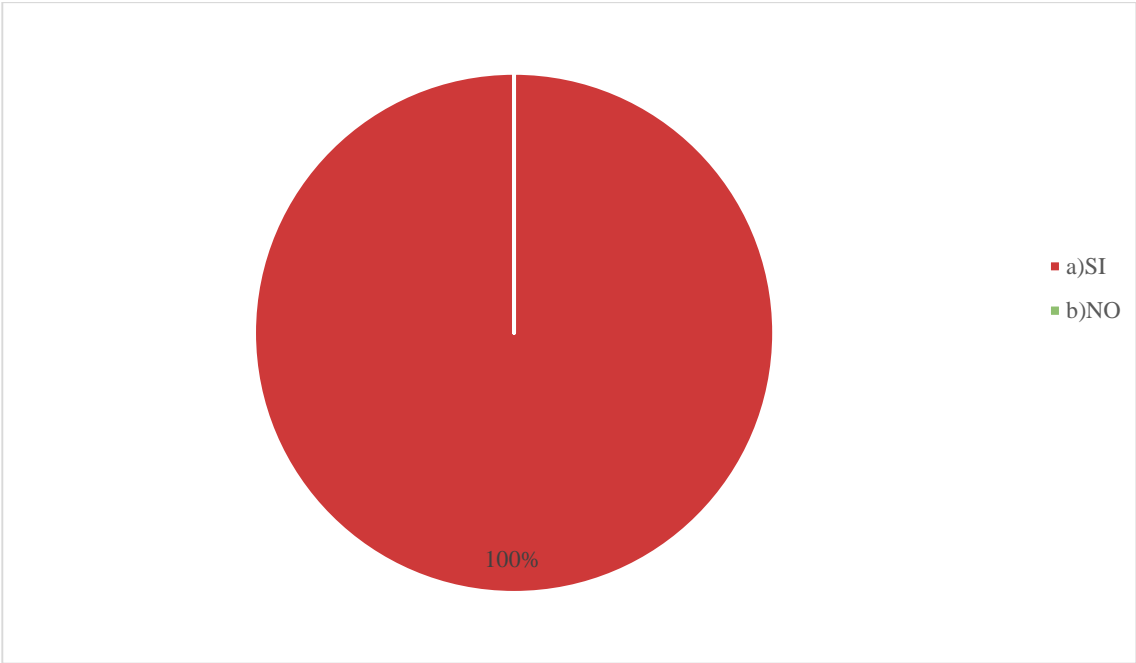
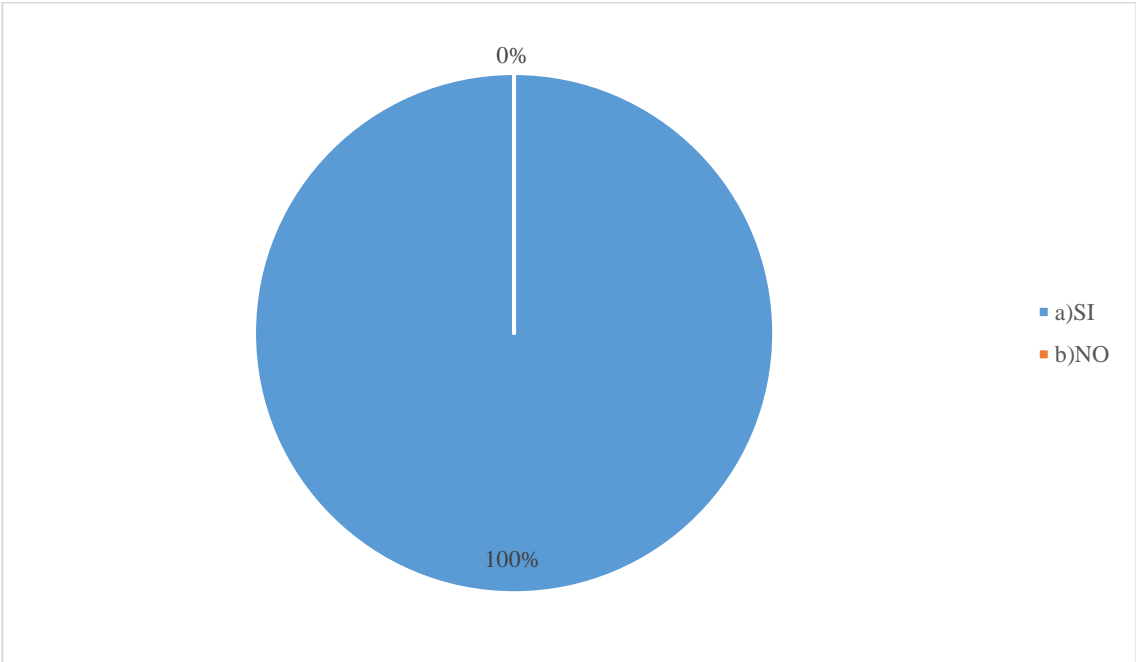


Gráfico: N°17 Tiempo de capacitaciones del personal



Fuente: Tabla N°17 del cuestionario aplicado al representante de la micro y pequeña empresa sector comercio – venta de computadoras distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2018 caso Compusol SAC

Gráfico: N°18 Calificación Frente al desarrollo

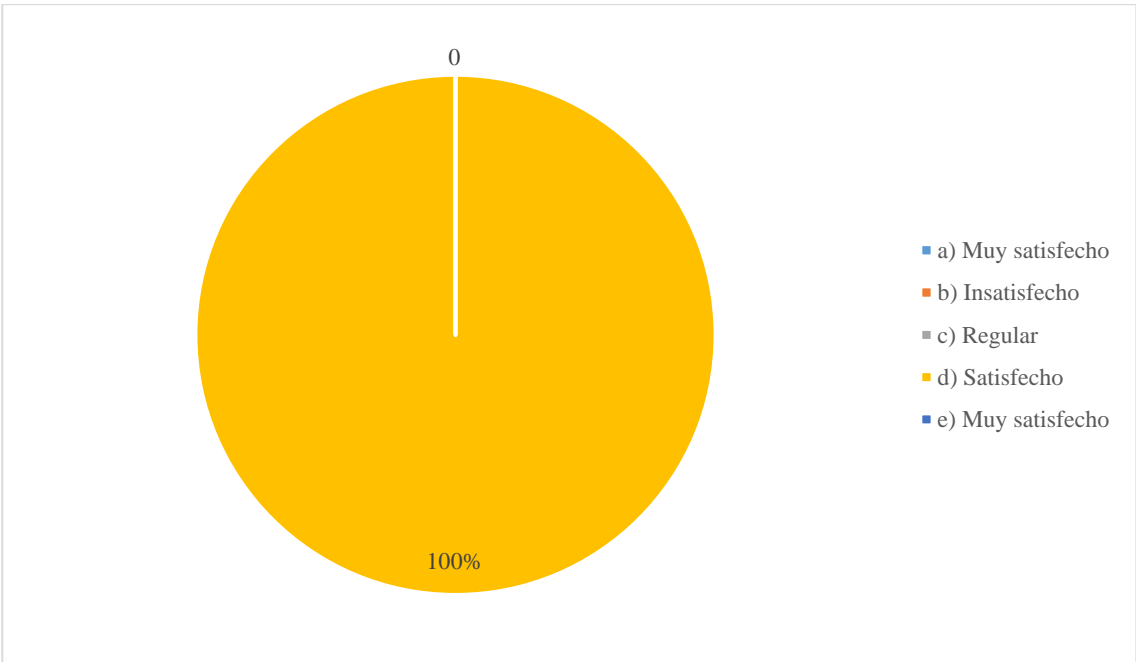
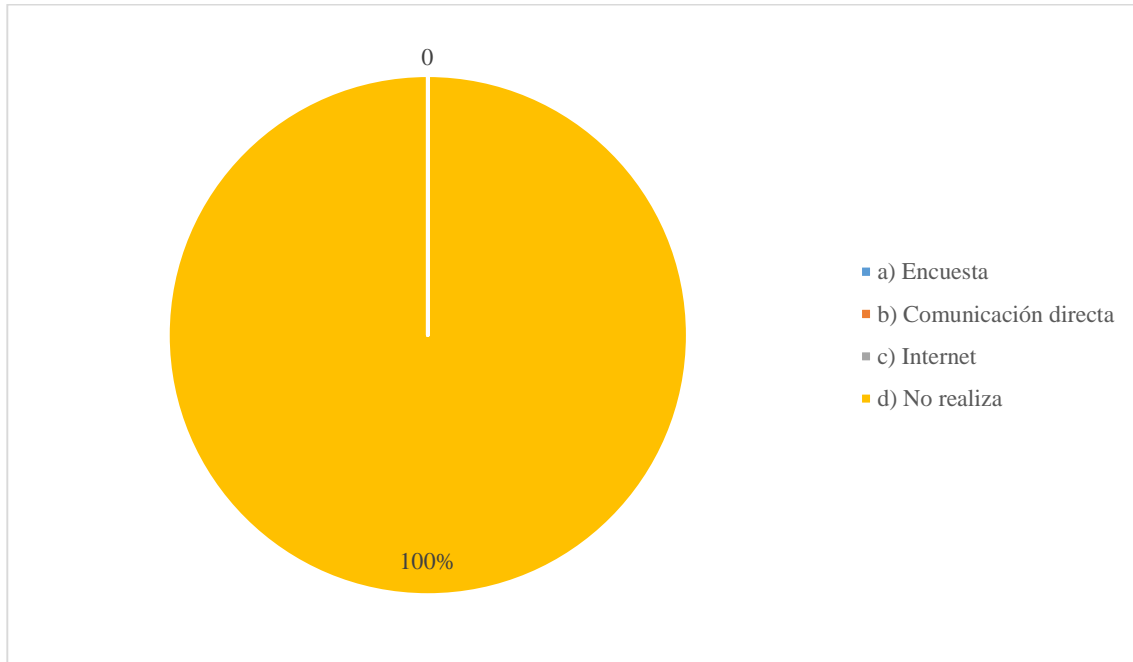


Gráfico: N°19 Herramientas para medir el nivel de satisfacción del cliente



Fuente: Tabla N°19 del cuestionario aplicado al representante de la micro y pequeña empresa sector comercio – venta de computadoras distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2018 caso Compusol SAC

Gráfico: N°20 Canales de comunicación

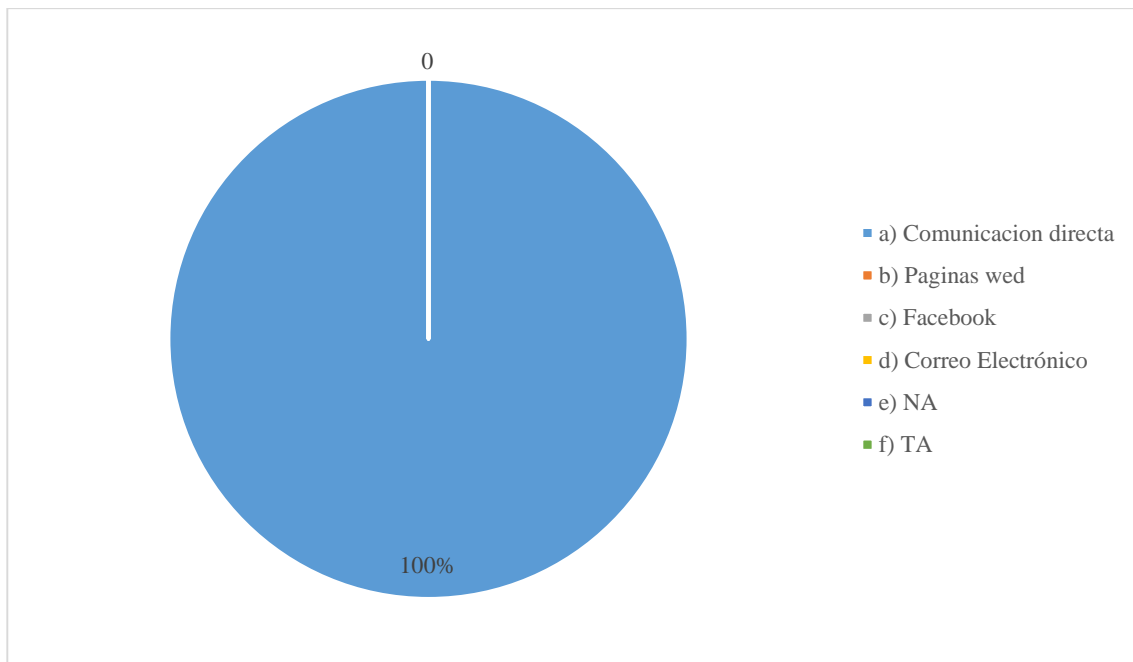
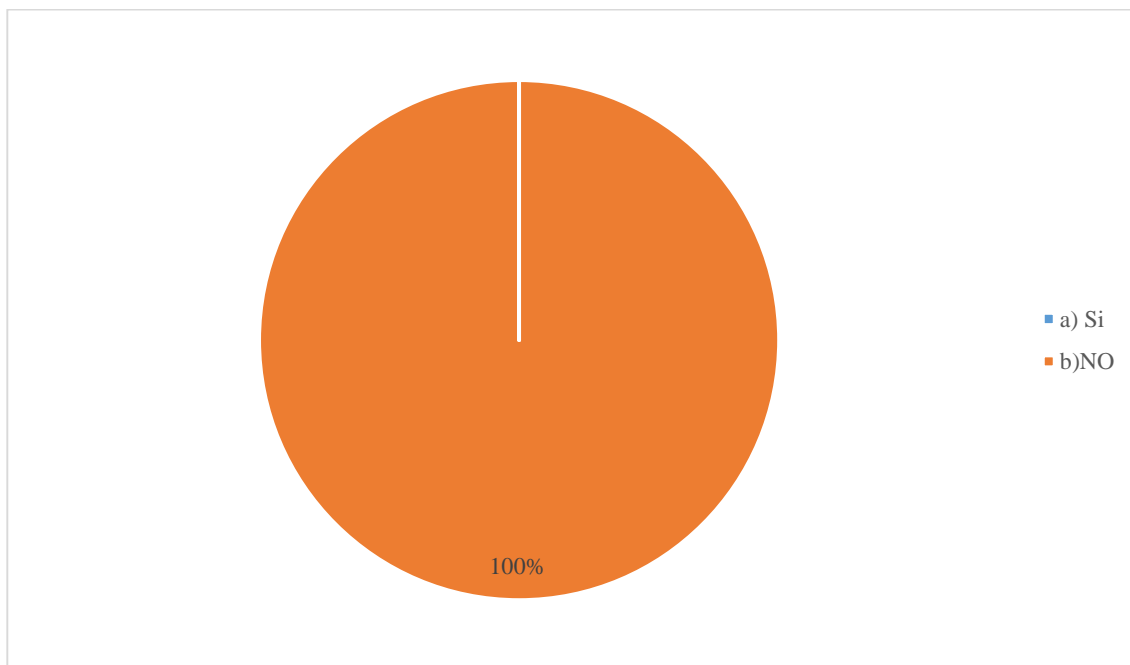


Gráfico: N°21 Procesos establecidos en atención al cliente



Fuente: Tabla N°21 del cuestionario aplicado al representante de la micro y pequeña empresa sector comercio – venta de computadoras distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2018 caso Compusol SAC

Gráfico: N°22 Nivel de satisfacción respecto al servicio

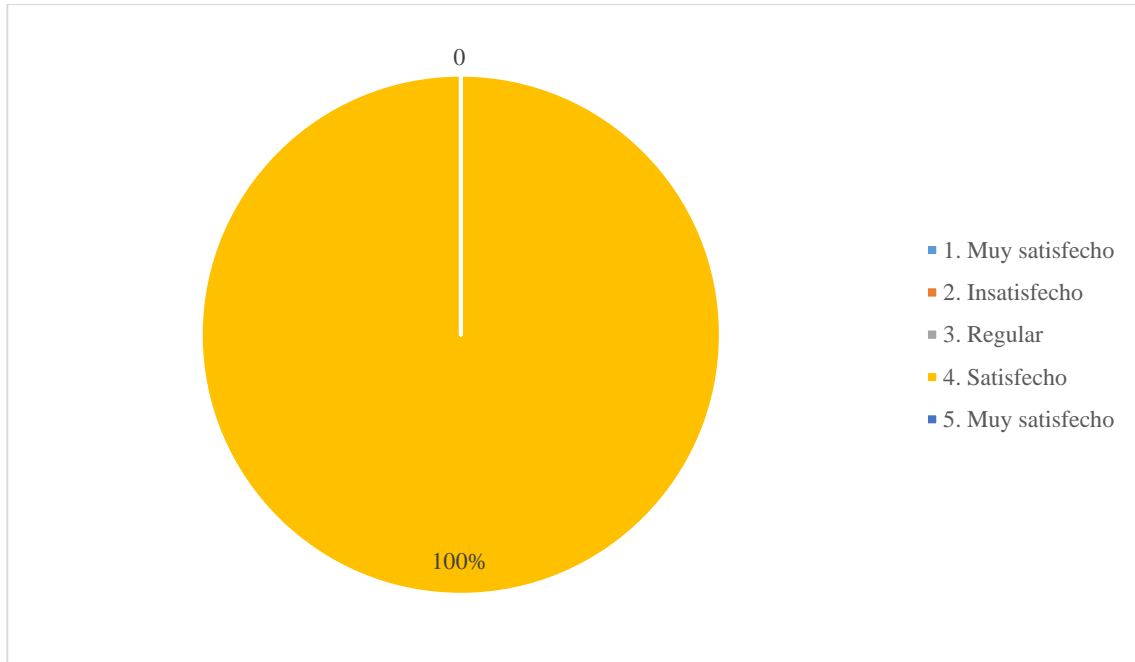
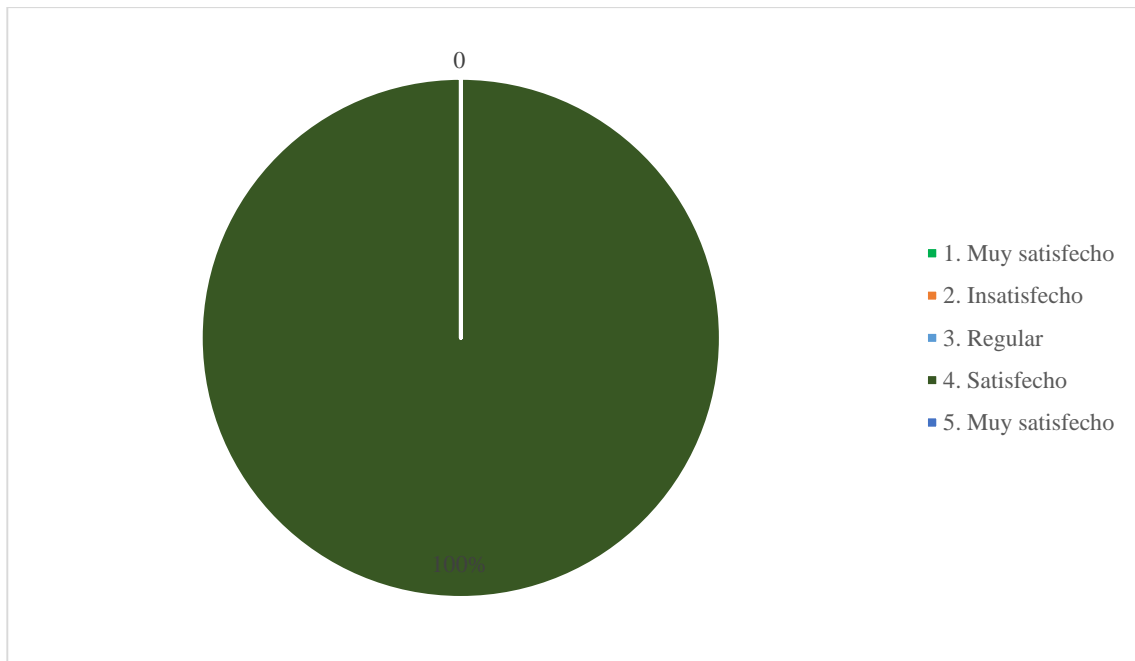


Gráfico: N°23 Nivel de satisfacción respecto a la exigencia del cliente



Fuente: Tabla N°23 del cuestionario aplicado al representante de la micro y pequeña empresa sector comercio – venta de computadoras distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2018 caso Compusol SAC

Anexo 04
CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Cuestionario de aplicación a los dueños, gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote, año 2018

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de computadoras del distrito de Chimbote, año 2018

La misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

“Gestión de calidad con el uso del marketing y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de computadoras

I. Acerca de los representantes legales de la empresa

1. ¿Cuál es su edad?

- a) De 20 a menos de 30 años
- b) De 30 a menos de 40 años
- c) De 40 a menos de 50 años
- d) Más de 50 años

2. ¿Cuál es su género?

- a) Masculino
- b) Femenino

3. ¿Cuál es su grado de instrucción?

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Superior técnico
- d) Superior universitario

II. Acerca de las micro y pequeñas empresas

4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?

- a) Titular Generante
- b) Administrador
- c) Encargado

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

- a) De cero a menos de 3 años
- b) De 3 a menos de 6 años
- c) De 6 a más años

6. ¿cuenta su empresa con una misión y visión?

- a) Si
- b) No

7. ¿Cuál es la finalidad por la que se creó su empresa?

- a) Generar utilidades
- b) Generar empleo
- c) Satisfacer la necesidad del cliente
- d) T. A.

8. ¿Cuenta su empresa con otro local comercial?

- a) Si
- b) No

III. Acerca de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente

9. Conoce Ud. ¿Lo que es gestión de calidad?

- a) Si
- b) No

10. ¿Realiza una gestión de calidad en su empresa?

- a) Si
- b) No

11. ¿La empresa planifica sus actividades para realizar una gestión de calidad?

- a) Si
- b) No

12. ¿Considera usted que su servicio es de calidad con respecto al de su competencia?

- a) Si
- b) No

13. ¿Considera que su servicio satisface las necesidades del cliente?

- a) Si
- b) No

14. Considera que ¿los clientes se sienten identificados con su empresa?

- a) Si
- b) No

15. ¿Su empresa cuenta con un libro de reclamaciones?

- a) Si
- b) No

16. ¿Su empresa cuenta con un área para recepcionar los reclamos del cliente?

- a) Si
- b) No

17. ¿Su empresa ha recepcionado una queja o reclamo por una mala atención al cliente?

a) Si

b) No

18. ¿Su personal recibe capacitaciones para brindar una buena atención al cliente?

a) Si

b) No

19. ¿El personal tiene claro cuáles son sus tareas y responsabilidades para brindar una mejor atención al cliente?

a) Si

b) No

20. ¿La empresa realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente?

a) Si

b) No

21. ¿Usted comprende a los clientes exigentes que visitan a su empresa?

a) Si

b) No

22. ¿Usted usa canales de comunicación con los clientes?

a) Si

b) No

23. ¿Qué canales de comunicación utiliza para relacionarse con sus clientes?

a) Comunicación directa

b) Pagina web

c) Redes sociales

d) correo electrónico

e) T.A

24. ¿Su empresa cuenta con procesos establecidos en atención al cliente?

a) Si

b) No

25. ¿Considera usted que su servicio satisface las necesidades de los clientes?

a) Si

b) No

14% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.




Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Small Matches (less than 8 words)

Exclusions

- ▶ 1 Excluded Match

Top Sources

- 8%  Internet sources
- 1%  Publications
- 14%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.