



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO RUBRO JUGUETERÍAS, CENTRO DE LA
CIUDAD DE CHIMBOTE, 2017

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

AUTOR:

Br. ANTHONY BREDYS ALAYO REYES

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURION MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2018

HOJA DE FIRMA DEL JURADO EVALUADOR

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

En primero lugar agradezco a Dios por darme la vida, guiarme siempre por un buen camino y darme la fortaleza de seguir adelante.

A mí querida madre por sus sacrificios y esfuerzos para darme una carrera y siempre darme buenas enseñanzas para ser una persona de bien.

A mí amada hija y esposa que son mi orgullo y fuente de motivación para superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

DEDICATORIA

Mi tesis lo dedico con todo mi amor y cariño a mi querida hija quien me enseña a ser mejor padre cada día, y quien me inspira para seguir superándome para darle un futuro mejor.

A mi madre y a mi tía por su lucha constante y su amor latente todo el tiempo, por cada palabra y cada gesto de cariño y orgullo que han guiado los pasos a lo largo de mi vida, por impulsarme con valor y amor para tomar decisiones, por los sacrificios que juntos hemos pasado, por siempre estar conmigo.

A mi esposa quien con sus palabras de aliento no me dejaba decaer para que siga adelante y siempre sea perseverante y cumpla con mis ideales.

RESUMEN

El motivo de esta investigación se generó para saber cómo se está manejando actualmente la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en estudio. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPES del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017. Para el desarrollo del trabajo se utilizó el diseño No experimental, transversal, descriptivo. Para la recolección de datos se trabajó con 16 MYPES, a quienes se aplicó un cuestionario de 22 preguntas, del que se obtuvo los siguientes resultados: El 62,5% tienen entre 31 a 50 años, el 68,8% son mujeres, el 75% se desempeñan como dueños, el 43,8% de las MYPES tienen más de 7 años en el rubro, el 68,8% tienen de 1 a 5 trabajadores, 68,8% se creó para generar ganancias, el 75% no aplican la gestión de calidad, el 50% utilizan atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad, el 37,5% de las dificultades que tienen para implantar la gestión de calidad es la poca iniciativa, el 75% utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal, el 100% conocen el término atención al cliente, el 62,5% consideran regular la atención que brindan a sus clientes, el 50% consideran que es fundamental la atención al cliente para que este regrese a su establecimiento.

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

ABSTRACT

The reason for this investigation was generated to know how the management of quality in customer service of the micro and small companies under study is currently being handled. The objective of this research work was to: Determine the main characteristics of quality management in customer service of the MYPES of the toy trade sector, center of the city of Chimbote, 2017. For the development of the work, the design No experimental, transversal, descriptive. For the collection of data, 16 MYPES were employed, to whom a questionnaire of 22 questions was applied, from which the following results were obtained: 62.5% are between 31 and 50 years old, 68.8% are women, 75% work as owners, 43.8% of the MYPES have more than 7 years in the business, 68.8% have 1 to 5 workers, 68.8% were created to generate profits, 75% do not apply quality management, 50% use customer service as a modern quality management technique, 37.5% of the difficulties they have to implement quality management is the little initiative, 75% use observation as a technique to measure the performance of their staff, 100% know the term customer service, 62.5% consider regular attention to their customers, 50% believe that customer service is essential for this to return to their establishment.

Keywords: Customer service, Quality management, Micro and small businesses.

CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS.....	i
HOJA DE FIRMA DEL JURADO	ii
HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA.....	iii
RESUMEN Y ABSTRACT.....	v
CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	01
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	08
III. HIPÓTESIS.....	35
IV. METODOLOGÍA.....	36
4.1. Diseño de la investigación.....	36
4.2. Población y muestra.....	36
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	37
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	40
4.5. Plan de análisis.....	40
4.6. Matriz de consistencia.....	41
4.7. Principios éticos.....	42
V. RESULTADOS.....	43
5.1. Resultados.....	43
5.2. Análisis de resultados.....	48
VI. CONCLUSIONES.....	55
Referencias bibliográficas.....	56
Anexos.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017.....p. 43

Tabla 2 Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad Chimbote, 2017.....p.44

Tabla 3 Características de una gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad Chimbote, 2017.....p.45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	72
Figura 2. Género.....	72
Figura 3. Grado de instrucción.....	73
Figura 4. Cargo que desempeña.....	73
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	74
Figura 6. Tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro.....	74
Figura 7. Formalidad de la MYPE.....	75
Figura 8. Número de trabajadores	75
Figura 9. Personas que trabajan en la MYPE.....	76
Figura 10. Objetivo de creación.....	76
Figura 11. Aplicación de una gestión de calidad.....	77
Figura 12. Técnicas modernas de gestión de calidad.....	77
Figura 13. Dificultades para implantar la gestión de calidad.....	78
Figura 14. Técnicas para medir el rendimiento del personal.....	78
Figura 15. La gestión de calidad en el rendimiento del negocio.....	79
Figura 16. Término atención al cliente.....	79
Figura 17. La atención a los clientes.....	80
Figura 18. La gestión de calidad en el servicio que brinda.....	80
Figura 19. Resultados de una buena atención al cliente.....	81
Figura 20. La buena atención al cliente para que regrese.....	81
Figura 21. Solución a los reclamos de los clientes.....	82
Figura 22. Posicionamiento de la empresa en el mercado.....	82

I. INTRODUCCIÓN

En la década de los 80 se plantearon diversas propuestas sobre las pequeñas y micro empresas, pero recién en 1990 se hace visible el aporte de las micro y pequeñas empresas tanto a la economía como el desarrollo nacional. Hasta ese entonces, las micro y pequeña empresas eran consideradas como una estrategia de sobre vivencia en los sectores populares. (Mendoza, 2010, p. 3)

Actualmente, la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. Son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un empresario de la micro o pequeña empresa crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra. Además, sus ventas se incrementan, y logra con esto mayores beneficios, lo cual contribuye, en mayor medida, a la formación del producto bruto interno. Sin embargo, las MYPES enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo. Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados. Además, las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas. (Avolio, 2012, p. 2)

Las micro y pequeñas empresas (MYPE) generan la mayor parte del empleo en América Latina y el Caribe, regiones en donde el total de empresas suma 11 millones, de los cuales menos de un millón son empresas medianas y grandes, según un informe divulgado por la OIT. Las MYPE generan el 47 % del empleo, es decir, ofrecen puestos de trabajo a unos 127 millones de personas en América Latina y el Caribe, mientras que solo un 19 % del empleo se genera en las empresas medianas y grandes, según el informe de la OIT "Pequeñas empresas, grandes brechas". (Salazar, 2015)

Las micro y pequeñas empresas en el Perú son la principal fuente de empleo, ya que 96 de cada 100 empresas son pequeñas, y siete de cada diez trabajadores laboran en ellas, sin embargo, a pesar de congregarse al 70% de la población económicamente activa, solo generan el 30% de todo lo producido en el país lo que refleja un bajísimo nivel de productividad. Estas empresas suelen tener trabajando en ella a miembros de la familia, usan recursos propios o de familiares y amigos, poco capital, y una fuerza de trabajo no calificada que fundamenta sus conocimientos en la práctica misma de su trabajo, más que en su conocimiento académico, además cuentan con un fuerte componente emprendedor de aquel que se aventura ya sea motivado por las necesidades o por los sueños del negocio propio. Hoy en día, es cada vez más difícil que una familia alcance a cubrir sus necesidades con los ingresos de un empleo; por ello, cada vez más personas exploran la posibilidad de crear un negocio propio. (Domínguez, 2014, p. 7)

Castro (2015) conocido como el Dr. MYPE expuso mediante una conferencia de radio (RRP noticias), que iniciar un negocio intentado competir con otras grandes empresas, es una de las fallas más comunes entre las pequeñas y medianas empresas que intentar crecer de manera acelerada, sin pensar que en el futuro se verán perjudicadas. El gran problema es que inician un negocio y no saben a quién le venden, le quieren vender a todo el mundo con poco capital, competir con una gran empresa; sin saber que ese capital se irá diluyendo. También el resultado de esta mala administración es que finalmente estos negocios se convierten en "empresas de subsistencia", caracterizado por ingresos que apenas sirven para que se mantenga.

Es por ello que a pesar que las MYPES constituyen el sector empresarial inmensamente mayoritario en el Perú con capacidades demostradas para generar empleo, uno de los principales problemas del país y para contribuir a la generación de la riqueza nacional, no existe una estrategia nacional sostenida que permita promover y desarrollarlas en el Perú. (Torres, 2010).

Este problema no es solo a nivel nacional sino también internacional tales como se menciona en los siguientes:

Según Gallego (2013) define que la Comisión Europea ha alertado del fuerte desgaste que la crisis económica está provocando en las pequeñas y medianas empresas, a pesar de que éstas son el auténtico motor de la economía española al generar un 64,8% del valor añadido y emplear al 74,9% de los trabajadores. Junto a los efectos devastadores que la recesión ha tenido en el desarrollo empresarial, el informe presentado hoy también alerta de que el Gobierno no está haciendo lo suficiente para ayudar a los pequeños empresarios que conforman el tejido industrial español: los problemas de financiación siguen sin resolverse, la contratación pública y ayudas estatales "no muestran indicios de mejora" y el retraso en el pago de las facturas sigue estando muy por encima de la media europea. Muchos de los problemas tradicionales a los que se enfrentan también son la mala atención al cliente, escasa información, entre otras.

También según Cruz, Meneses y López (2016) en su investigación realizada mencionan que en México las micro y pequeñas empresas son la columna vertebral de la economía, ya que generan aproximadamente el 52 por ciento del producto interno bruto, y el 72 por ciento del empleo directo además de la aportación importante de empleo al país. Sin embargo éstas subsisten en medio de un mercado agresivo, demandante, con insuficiente acceso para actualizar su tecnología, trámites administrativos complejos, pocas facilidades para obtener créditos entre otros, de tal forma que podría pensarse que sólo es responsabilidad del gobierno impulsarlos, no obstante debería ser un trabajo conjunto, para conceptualizarlo de forma diferente que propicie un aparato productivo integral en el que se conserven entre otros factores modelos de empresas sustentables a largo plazo, con creación o mantenimiento de empleos, aumentando el ahorro de capital propio que favorezca su crecimiento. Razón por la cual estudiar a las micro, pequeñas y medianas empresas que forman parte del motor económico del país, así como su supervivencia como unidades económicas, e identificar cuáles son los motivos por los que no crecen y en ocasiones tiendan a desaparecer.

Por otro lado según Silvera (2017) Magister en economía y administración estratégica de negocios menciona mediante una Agencia de noticias " San Luis", que

Las micro Pequeñas y Medianas Empresas en Argentina se enfrentan simultáneamente a situaciones problemáticas en diferentes planos superpuestos, que implican aspectos cada vez más profundos de su naturaleza. Desde un enfoque caracterizado ellas se enfrentan a la planificación de su desarrollo de manera sostenible, relacionado fundamentalmente con: las diferentes formas de acceso al financiamiento, la búsqueda de la eficiencia, el aprovechamiento de las tecnologías, la formación y el perfeccionamiento de sus líderes, el acceso a mercados más amplios y temáticas medioambientales, calidad de servicio a sus clientes. Y en un plano aún más distante, se preocupan por su inserción en los mercados globales, la consolidación de su actividad económica, su impacto en el empleo, el bienestar de las economías regionales y su contribución a las economías nacionales.

Asimismo, Pérez y Ramírez (2015) Docentes e investigadores de la Universidad EAN y director del grupo de investigación G3PYMES contaron que las MYPES en Colombia aportan cerca del 38% del PIB total, una cifra considerablemente baja teniendo en cuenta que en algunas economías desarrolladas estas pueden participar hasta en el 50% o 60% de la producción nacional. Aunque en el país se observa un gran ambiente y actitud empresarial (cuarto puesto a nivel mundial en actitud positiva hacia el emprendimiento según la Universidad de Múnich), solamente el 50% de las MYPES colombianas sobreviven el primer año y solo el 20% al tercero. Si hay algo en lo que están fallando las MYPES es en la poca importancia que le dan a la innovación y al conocimiento, como también al servicio que brindan, es decir le dan poca importancia a sus clientes al momento de ser atendidos los cuales deberían ser el centro y el corazón que hacen mover los otros ítems de la organización. La globalización es un reto constante y estas empresas tienen una alta probabilidad de que las saquen del mercado ya que no son innovadoras.

Según Herrera (2013) en su investigación titulada “Análisis de la problemática de sustentabilidad de las MYPES Chilenas”, dice que cuando se analiza con profundidad la situación en la que se encuentran las micro y pequeñas empresas se puede descubrir un gran número de problemas que afectan a la misma, en su mayoría son debido a la complejidad sobre la cual han sido fundadas, ya sea la falta de

conocimientos técnicos y sobre todo del comportamiento del mercado. Es necesario recordar que un gran porcentaje de las MYPES está administrado por personas que no poseen estudios técnicos, de gestión o emprendimiento, por lo que les cuesta desarrollar su actividad en forma eficiente. Por otra parte tenemos las empresas creadas por grupos familiares, según la revista PYME 2012, solo un 13% de este tipo de empresas logra prosperar y crecer con el lapso del tiempo, ya que solo este porcentaje maneja el uso de estrategias y mantiene una administración consecuente con la actividad que desarrollan. El resto de las empresas comienzan con problemas de liderazgo, innovación, falta de capacitaciones, mala atención en sus servicios que brinda, etc., estos comportamientos emocionales afectan el buen actuar de las empresas. (p.73)

Según Luna (2017) gerente general de Comex Perú, dio a conocer mediante una conferencia que las micro y pequeñas empresas (MYPES) es uno de los más importantes sectores económicos del país, pues representa el 96.5% de las empresas que existen en el Perú dando empleo a más de 8 millones de peruanos. Sin embargo, el gran obstáculo es la informalidad, que llega 80%, y en su la mayoría de estas empresas son familiares, por lo tanto, los trabajos no son remunerados y, en esa línea, no hay cómo garantizar seguros de salud ni pensiones para los trabajadores. Por otro lado los microempresarios abren sus negocios a la de dios, sin antes haberse capacitado; es decir carecen de información para poder llevar una buena administración, y es por ellos que muchas de ellas llegan máximo a los 5 años de permanencia y luego desaparecen; estos problemas mayormente se ven reflejados en sus productos que ofrecen y servicios que brindan, es decir pésima atención a sus clientes. Durante la Cumbre MYPES APEC 2017 se analizarán exitosos emprendimientos tradicionales y tecnológicos, así como la importancia de las redes sociales y el comercio electrónico, entre otros temas que impulsarán el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.

El economista Vivar (2016) hablo en el periódico el Ferrol que Las micro y pequeñas empresas en la región de Ancash, están dirigidas por empresarios creativos y emprendedores, estas máquinas de hacer negocio operan con menor cantidad de empleados e ingresos, pero su presencia tiene cada vez más fuerza en la

economía. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática, el 88 % de la Población Económicamente Activa (PEA) del departamento trabaja en micro, pequeño o medianas empresas. De este total, el 69.2 % trabaja en las microempresas. El 9.6 % (33 mil 140 personas) trabaja en pequeñas empresas y el 9.2 % en medianas empresas. Mientras, apenas el 11% de la población ancashina trabaja en grandes empresas. Lo malo es que, como en todo rubro empresarial, afrontan una serie de adversidades, si bien es destacable la promoción de microempresas, muchas de ellas tienden a cerrar sus puertas con más frecuencia que las medianas y grandes empresas, debido principalmente a la falta de recursos y capacidad técnica, como también al desconocimientos y aplicación de una buena gestión de calidad que abarca en sus productos que ofrece y el servicio que brinda, manera de promocionarlo, entre otras. (p.5)

En la ciudad de Chimbote, zona de influencia del estudio, existen varias micro y pequeñas empresas que se dedican a la comercialización de ventas de juguetes, pero se desconoce si los propietarios de estas micro y pequeñas empresas se han capacitado antes de abrir su negocio, si capacitan o no a sus trabajadores, y si se han capacitado en que lo han hecho en atención al cliente, marketing, gestión, etc., los cuales algunos desaparecen al corto tiempo de su creación y otros permanecen en el tiempo y se desarrollan en el mercado desconociéndose si este fenómeno es como consecuencia de la aplicación de una gestión de calidad en sus diversas actividades empresariales, por lo que se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, Centro de la ciudad de Chimbote, 2017?

Además, tiene el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, Centro de la ciudad de Chimbote, 2017. Para lograr el objetivo general, se plantea los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, Centro de la ciudad de Chimbote, 2017.

- Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, Centro de la ciudad de Chimbote, 2017.
- Determinar las principales características de una gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, Centro de la ciudad de Chimbote, 2017.

La elaboración del presente informe de tesis se justificó porque es un tema de interés nacional, regional y local; y porque nos ayudó a conocer más sobre la situación actual de las micro y pequeñas empresas de nuestro país y cuáles son los problemas más frecuentes que están atravesando; y que les impide permanecer en el mercado o seguir creciendo.

También, esta investigación se justificó porque permitió obtener aspectos teóricos de la gestión de calidad y atención al cliente que se aplican en las micro y pequeñas empresas para su crecimiento y desarrollo.

Por otro lado el presente estudio se justificó por que permitió conocer a nivel descriptivo las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017.

Asimismo se justificó porque permitió tener ideas más concretas y prácticas como futuros profesionales y poder aportar algo a los emprendedores de la comunidad empresarial mediante conocimientos e información sobre los beneficios que genera la aplicación de una gestión de calidad en sus diferentes ámbitos.

Además se justificó porque desde el punto de vista práctico, permitió contar con datos estadísticos precisos sobre las características de la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017.

Finalmente se justificó porque esta investigación servirá como base para realizar otros estudios similares de una gestión de calidad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Chimbote en general.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Chinchay (2017) en su tesis denominada “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el cumplimiento de la ley n° 28376 en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro otros tipos de venta por menor (juguetes) en el distrito de Huaraz, 2015*”. Su objetivo de investigación fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo el cumplimiento de la Ley N° 28376 en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro otros tipos de venta por menor (juguetes) en el distrito de Huaraz, 2015. Obtuvo los siguientes resultados: El 82,4% de los representantes tienen de 31 a 39 años de edad y son de sexo masculino, el 79,4% tienen grado de instrucción secundaria y el 55,9% de los representantes respondieron que casi siempre establecen descuentos para juguetes con defectos. En las conclusiones se logró comprobar que los representantes que están al frente de estos negocios en su mayoría son adultos y hombres, cuentan solo con secundaria; del cual significa que requieren de más conocimientos para poder manejar de la mejor manera su negocio y este garantice productos de calidad para los niños, sin afectar su salud.

Ramos (2015) en su tesis denominada “*Gestión documental y productividad organizacional en la micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta por menor de juguetes en el mercado del distrito de Chimbote, 2015*”. Su objetivo de investigación fue determinar la influencia de la Gestión documental en la Productividad Organizacional de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta por menor de juguetes en el mercado del distrito de Chimbote 2015. Obtuvo los siguientes resultados: El 52% de los representantes son de género masculino, el 48% tienen de 26 a 45 años de edad, el 40% tienen grado de instrucción superior técnicos, el 36% respondieron que muy pocas veces el personal que labora conoce claramente la meta alcanzar, el 28% siempre evalúan la calidad de atención al personal en su negocio, el 32% muchas veces evalúan el nivel de satisfacción de los clientes. En las conclusiones se logró comprobar que la mayoría son adultos y con superior técnico, como también se encuentran en un nivel medio y

a pesar de ser bien aplicado, debe estar siempre monitoreado para asegurar la efectividad del sistema y lograr así la competitividad empresarial.

Turriate (2017) en su tesis denominada "*Gestión de calidad con el uso de las TIC'S en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro librería del distrito de Santa en el año 2016*". Su objetivo de investigación fue determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el Uso de las TIC'S de la Micro y Pequeña Empresa del Sector Comercio - Rubro Librería del Distrito de Santa en el año 2016. Obtuvo los siguientes resultados, respecto a los representantes: El 50% tienen de 31 a 50 años de edad, el 58,3% son mujeres, el 41,7% tienen grado de instrucción de superior no universitario, el 66,7% el cargo que desempeñan son como dueños, el 58,3% tienen desempeñando en el cargo de 7 años a más, respecto a las MYPES: El 66,7% respondieron que el tiempo de permanencia de la empresa es de 7 años a más, 83,3% son formales, 66,7% las personas que trabajan en la empresa son familiares, el 75% se creó por motivos de generar ganancia, Respecto a la variable gestión de calidad: El 58,3% si conocen el termino gestión de calidad, el 41,7% las técnicas modernas de gestión de calidad que conoce es las TICS, 48,7% las dificultades que presentan para la aplicación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios, el 66,7% respondieron que la gestión de calidad si contribuye a la mejora del negocio. En las conclusiones se logró comprobar que la mayoría de los representantes son personas adultas y de género femenino, como también personas con superior no universitario ya que en su mayoría son dueños de la empresa y en su mayoría relativa vienen desempeñando su trabajo de 7 años a más; así mismo son formales y se creó por motivos de generar ganancias del cual indicaría que están llevándolo por buen camino, pero les falta más preparación e información para obtener mejores resultados.

Rodríguez (2017) en su tesis denominada "*Caracterización de la gestión de calidad y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro bodegas de la urbanización los granados del distrito de Trujillo, año 2016*". Su objetivo de investigación fue determinar las principales características de la Gestión de calidad y el Financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector

comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. Obtuvo los siguientes resultados: El 60% de los representantes de las MYPES tienen de 31 a 43 años de edad y son de sexo femenino, el 70% tienen grado de instrucción de secundaria, el 70% de las MYPES son formales, el 80% del tiempo de permanencia de la MYPE en el sector y rubro es de 0 a 3 años, el 100% en su totalidad tienen de 0 a 3 trabajadores y se creó por motivos de generar ganancias, el 70% respondieron que casi a la totalidad conocen a sus clientes, el 50% casi siempre satisfacen las necesidades de sus clientes. En las conclusiones se logró comprobar que la mayoría de los representantes tienen de 31 a 43 años de edad y son mujeres las que están al frente de estos, pero solo tienen secundaria del cual se deberían prepararse más para poder llevar una mejor administración y este siga creciendo ya que la finalidad que tuvieron al momento de abrirlo fue para obtener ganancias.

Salas (2017) en su tesis denominada "*Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las MYPES del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017*". Su objetivo de investigación fue determinar si la del sector comercial, Boutique para Damas de la Provincia de Satipo año 2017, se gestionan con un enfoque de atención al cliente. Obtuvo los siguientes resultados. Con respecto a los representantes: El 50 % de los representantes de las MYPES tienen de 29 a 39 años de edad, el 81,8% son de sexo femenino, el 40,9% de los representantes tienen grado de instrucción técnico, con respecto a las MYPES: El 81,8% de las Mypes son formales, el 45,5% tienen de 1 a 2 años su empresa en el mercado, el 81,8% tienen de 1 a 2 trabajadores, Respecto a la gestión de calidad: El 63,6% dicen que no conocen cuales son los alcances de una gestión de calidad, el 59,1% respondieron que la gestión si está enfocada con las acciones de atención al cliente, 63,6% respondieron que si recogen las sugerencias y reclamos del cliente para mejorar su nivel de servicio, el 63,6% respondieron que las mejoras en el servicio al cliente si ha contribuido en los resultado del negocio, el 59,1% respondieron que los clientes si valoran el servicio y genera fidelización. En las conclusiones se logró comprobar que los representantes son jóvenes e empíricos, como también se puede observar que hoy en día la gran mayoría se están formalizando, teniendo todos sus documentos de acuerdo a ley, pero estas desconocen sobre los alcances que brinda

una gestión de calidad del cual ocasiona un comportamiento negativo a la hora de brindar un servicio de atención al cliente.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Definición de las Micro y pequeñas empresas.

Las micro y pequeñas empresas son entidades constituidas por personas emprendedoras que tienen un número reducido de trabajadores y establecen una relación mucho más cercana con los clientes, así como lo menciona la ley, 28015 (2003) que las Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Congreso de la Republica, 2003).

Según las MYPES en estudio mayormente las personas que están al frente de estos negocios son de género femenino, y la minoría son con superior no universitario, del cual demostraría que hoy en día las mujeres también están al mando de estos negocios.

Formalización y constitución de las MYPES.

La formalización y constitución de las MYPES implica muchos aspectos que siempre es bueno tenerlos en cuenta para la adecuada administración de la empresa, del cual podrán definir cómo se van a constituir y el número de trabajadores que va a suscribir; esto ayudara que el negocio realice sus actividades de manera transparente y al amparo de las normas establecidas, así como lo manifiesta Villasante (2012), que la formalización de las micro y pequeñas empresas en el mercado nacional es cada vez mayor, ya que a partir de ahora las microempresas podrán constituirse como persona jurídica sin necesidad de pagar el capital mínimo suscrito. Sólo será necesario que los accionistas declaren su voluntad de operar como una MYPE al momento del otorgamiento de la escritura pública. Estas empresas pueden gozar de una serie de beneficios estipulados en la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la MYPE y del Acceso al Empleo Decente (Ley

MYPE). Entre los que destacan el acceso a los procesos de compras estatales como proveedores hábiles o autorizados; mayor facilidad para realizar exportaciones y un mejor acceso a los cursos de capacitación y a financiamiento.

En su totalidad de las Micro y pequeñas empresas en estudio son formales, del cual indicaría que actualmente si están cumpliendo debidamente con dicha ley constitucional; que indica un gran avance para nuestro país.

Características de las micro y pequeñas empresas.

Las MYPES se definen su tamaño de acuerdo el número de trabajadores que poseen y ventas mensuales que realizan, así como lo mencionan en la modificación de la Ley 30056 (2008). Las micro y pequeñas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) y abarcan de uno (1) hasta diez (10) trabajadores.
- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) y abarcan de uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores. (Congreso de la Republica, 2013)

Según los resultados obtenidos del estudio de investigación podemos concluir que la totalidad se denominan como microempresas ya que el 68,8% tienen de 1 a 5 trabajadores en su empresa; y el otro 31,2% tienen de 6 a 10 trabajadores, esto permitirá que los empresarios puedan saber en qué categoría se encuentra su empresa para poder cumplir con los requisitos según como lo especifica dicha ley y que beneficios tienen.

Clasificación de las micro y pequeñas empresas.

Las micro y pequeñas empresas son formadas por personas que necesitan tener sus propios ingresos, del cual muchas de ellas solo están para cubrir sus necesidad que tienen, mientras que otras tienen el deseo de seguir creciendo en el mercado, así como lo menciona Lazo (2008), considera tres tipos de micro y pequeñas empresas:

- Microempresas de sobre vivencia: tienen la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costos. Como no llevan ningún tipo de contabilidad a menudo confunden sus ingresos con el capital. El dueño hace uso indistinto del dinero y hasta de la mercadería.
- Microempresas de subsistencia: Son aquellas que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.
- Microempresas en crecimiento: Tienen la capacidad de retener ingreso y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos. Aquí microempresa se convierte en empresa.

Según las Micro y pequeñas empresas en estudio la mayoría respondieron que el 68,8% son creadas para generar ganancias, esto indicaría que hoy en día los emprendedores tienen todas las ganas de que su negocio marche de la mejor manera y ambicionan cada día a más, del cual lo están logrando ya que un 43,8% de las MYPES tienen de permanencia en el rubro y mercado de 7 años a más.

Objetivos de las micro y pequeñas empresas.

Las micro y pequeñas empresas en su mayoría tienen como objetivos de crecer y obtener el máximo beneficio posible, como también ser una empresa competitiva dentro del mercado donde se ubica, así como lo manifiesta Cuevas (2014), Los objetivos de las MYPES son los resultados, situaciones o estados que pretende alcanzar o a los que pretende llegar, en un periodo de tiempo y a través del uso de los recursos con los que dispone o planea disponer. Pero además de ello, establecer objetivos para una MYPE ayuda a:

- Incrementar las ventas.
- Lograr una mayor participación en el mercado.
- Aumentar el número de vendedores.
- Crecer.
- Sobrevivir.

El objetivo de las micro y pequeñas empresas en estudio es mayormente generar ganancias y por ende ir creciendo y posicionándose en el mercado, del cual es importante ya que les permitirá tener una mejor calidad de vida y generar más empleo a otras personas.

Importancia de las micro y pequeñas empresas.

Las MYPES representan una parte importante de la economía de nuestro país, ya son las que más generan empleo que las grandes empresas y ayudan a la reducción de la pobreza; así como lo menciona Aspilcueta (2012), que las MYPE son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI). En resumidas cuentas la importancia de las MYPE como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe a:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.

Saber la importancia que tienen las MYPES para nuestro país y por ende para la población es importante ya que estas son las principales fuentes de apoyo para personas desempleadas o se encuentran en busca de una oportunidad para desarrollarse; según las micro y pequeñas empresas en estudio indican con un 62,5% que dan empleo a personas no familiares.

El empresario representante de las micro y pequeñas empresas

El empresario es aquel que tiene la capacidad de emprender un negocio y hacer que este funcione de la mejor manera posible, aplicando sus conocimientos y habilidades, así como lo menciona García (2013) que un empresario es una persona que, con información, conocimientos, contactos y altos niveles de innovación y creatividad, reúne dinero, equipos, materias primas y personal con el fin de poner en marcha una empresa y lograr el éxito. Sin embargo, para ser un empresario exitoso debes tratar de desarrollar ciertas capacidades que influyen en el éxito de cualquier empresa.

1. Capacidad de detectar oportunidades.
2. Capacidad de innovar o crear.
3. Capacidad de adaptación a los cambios.
4. Capacidad para tomar riesgos calculados.
5. Capacidad para tomar decisiones.

Los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio en su mayoría son personas adultas con 31 a 50 años de edad, del cual indicaría que tienen la capacidad para manejar de la mejor manera su negocio y actuar como se debe ante los problemas o dificultades que se presenten.

Perfil del representante de las Micro y pequeñas empresas.

En nuestro país actualmente más del 70% de las empresas son de tamaño micro y pequeña empresa, del cual en su gran mayoría los administradores son los propios dueños que cuentan con una carrera técnica para ejercer su oficio. Muchos de ellos se esmeran en ir mejorando para mantenerse en el mercado, mientras que otros fracasan en su poco tiempo de creación. El perfil de su procedencia de ellos es:

- Desempleados recientes.
- Empleados con inquietud de tener su propio negocio.
- Estudiantes con carrera técnica.
- Amas de casa con ganas de tener un ingreso extra.

El perfil de la mayoría de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas en estudio son personas que tienen el deseo y las ganas de emprender un negocio para cumplir con sus necesidades adquiridas, del cual el 50% de ellos tienen superior no universitario y tienen desempeñando en el cargo de 7 años a más, que no lo estarían haciendo tan mal, ya que muchas de las micro y pequeñas empresas de rubros similares desaparecen en menos de 1 año de su creación, y estas se siguen manteniendo; pero necesitan de más conocimientos e información y a su vez dedicación para poder tener éxito y seguir creciendo en el mercado.

Características administrativas de las microempresas.

Las características de un microempresario es que tienen confianza absoluta en sí mismos y piensan que lo pueden hacer todo solo, sin dependen de nadie para que su negocio pueda funcionar de la mejor manera; así como lo menciona Floresta, (2012), que la mayoría de los microempresarios tienen las siguientes características, tales como:

- El dueño hace las veces de gerente, administrador, operario, vendedor, secretario.
- Generalmente los dueños no se fijan sueldo y toman los gastos personales de las entradas de dinero del negocio.
- Generalmente se compra la materia prima para el día a día, generando pérdidas por descuentos y despilfarro de material sobrante.
- Padece de dificultades económicas, de liquidez, margen bajo de ganancia.
- Generalmente no lleva contabilidad ni estadística
- El empresario suele tener un gran conocimiento del producto que elabora, pero muy poco conocimiento administrativo y por eso fracasa.

Las características administrativas que deben tener todo microempresario debe ser netamente empresarial, pero muchos de ellos confunden ciertas cosas que hacen que su negocio no marche como debería ser, ya que en su gran mayoría de los representantes de las MYPES en estudio son los dueños que están al frente de estos negocios administrándolos y estos requieren de muchos conocimientos e información para poder llevar un buen manejo empresarial.

La empresa familiar

Las empresas familiares son aquellas que tienen el control de la mayoría de las acciones y tomar decisiones según como les convenga y bien estar de la misma, así como lo menciona Gallo (2016) que Las empresas familiares son organizaciones comerciales en las cuales la toma de decisiones está influenciada por los miembros de una familia capaces de ejercer sobre ella una influencia suficiente para controlarla. Estas empresas tienen como parte de su visión estratégica que las siguientes generaciones le den continuidad a la empresa llevando las riendas de esta. Por lo que

las empresas en las que el único miembro que participa es el dueño y administrador no se consideran empresas familiares.

Según las micro y pequeñas empresas en estudio solo el 37,5% son personas familiares que trabajan en el negocio, del cual indicaría que hoy en día más prefieren otras personas que trabajen que su propia familia.

Desafíos de la empresa familiar

Los desafíos que enfrentan las empresas familiares son adaptarse a los nuevos cambios que se vienen dando para poder ser las mejores dentro del mercado y tener el control y la dirección para su desarrollo, así como lo menciona Abuerto (2008), que las empresas familiares son el principal factor de creación de riqueza y el motor básico de la economía productiva regional. Representan un compromiso empresarial con su comunidad territorial a través de la continuidad, traducida en inversión y empleo estable así como en responsabilidad social. Las empresas familiares tienen algunos desafíos para su continuidad:

- La incorporación de directivos externos no familiares.
- La profesionalización de la compañía.
- La financiación externa.
- El incremento de su dimensión.
- El mantenimiento del control por parte de la familia.

Las empresas familiares en su gran mayoría tienen las ganas de ir creciendo poco a poco y adaptarse a los nuevos cambios, ya que el 68,8% respondieron que se crearon con la finalidad de generar ganancias, pero aún carecen de mucha información y manejo empresarial del que les permita tener éxito en el mercado.

Los emprendedores de las Microempresas

Son personas emprendedoras que tienen muchas ganas de surgir mediante un negocio que le sea rentable, del cual identifican una oportunidad de mercado y aplican sus conocimientos, experiencias y habilidades para que este funcione de la mejor manera y con el tiempo ir mejorando y creciendo; así como lo manifiesta Barrios, (2015), que es un individuo que tiene la capacidad de iniciar un negocio, identificando una o

más necesidades no satisfechas, modificando un bien o servicio existente para presentar un factor diferenciador, que reúne los recursos necesarios para producir bienes o servicios capaces de satisfacer la necesidad, o de diferenciarse de la competencia, con el fin de obtener un beneficio.

Los emprendedores según las MYPES en estudio el 50% tienen superior no universitario y 31,2% con secundaria completa, del cual indicarían que solo tienen conocimientos básicos para aplicarlo en sus negocios, que lo recomendable sería ir preparándose mejor para poder brindar un buen servicio y por ende ser competitivos.

Negocio emprendedor

Los negocios emprendedores son todos aquellos que se adaptan a los cambios y se desarrollan mejorando sus servicios, productos, establecimientos, etc.; para ser una empresa competitiva y seguir creciendo en el mercado, así como lo menciona Vera (2017) que cuando un emprendedor quiere poner un negocio en marcha es importante pensar en la actividad que va a desarrollar, y en las expectativas de éxito que puede tener. Para empezar, se suele pensar en el ahorro de costes, y para poder ponerlo en marcha cuanto antes, lo mejor es empezar solo, con una idea de negocio que lo permita.

Para que el negocio sea emprendedor los representantes legales de las micro y pequeñas empresas en estudio deben prepararse más en sus diferentes gamas empresariales para que puedan ofrecer un buen producto, servicios, ambiente, etc.; esto les permitirá ser competitivos dentro del mercado.

Gestión de calidad

La gestión de calidad no solo se centra en la calidad del servicio o producto, sino también ayuda al aseguramiento del control de los procesos de la organización para un mejor rendimiento y el cumplimiento de las metas trazadas, así como lo menciona Aguilar (2012) que el término gestión de calidad tiene significados específicos dentro de cada sector del negocio. Esta definición, que no apunta al aseguramiento de la buena calidad por la definición más general sino a garantizar que una organización o un producto sea consistente, tiene cuatro componentes:

1. Planeamiento de la calidad
2. Control de la calidad
3. Aseguramiento de la calidad
4. Mejoras en la calidad.

Según las micro y pequeñas empresas en estudio el 75% no están aplica la gestión de calidad en sus negocios, del cual indicaría que el funcionamiento de su negocio no está marchando como debería ser y necesitan mejorarlo para poder ser más rentable.

Sistema de gestión de calidad

El sistema gestión de calidad es una herramienta muy importante para un negocio, ya que permite lograr todos sus objetivos y metas trazadas mediante una mejor capacidad de sus operaciones para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, así como lo manifiesta Matos (2010) que el sistema de gestión de la Calidad no es más que una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo.

El sistema de gestión de calidad es muy importante que lo apliquen en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017, ya que les ayudara a tener más acogida y sus productos puedan salir más rápido, como también una mejor rotación de productos ya que en cada temporada van cambiado según el gusto del cliente.

Aspectos básicos para su implantación

Para implantar el sistema de gestión de calidad debe ser tratado y administrado como un proyecto para asegurar que sea de forma coherente y exitosa, así como lo menciona Rincón (2005) que existen algunas actividades y consideraciones que resultan importante tener en cuenta durante el proceso de implementación del sistema de calidad, tales como:

- Capacitación y educación. Se requiere que los empleados adquieran y desarrollen nuevos conocimientos y habilidades. También, la alta dirección

necesitará comprender los requisitos de la norma, su papel en el sistema de calidad, el trabajo necesario en la empresa y el proceso de certificación.

- Equilibrar la documentación y las habilidades. Adecuar el equilibrio entre conocimientos, experiencias y habilidades de los empleados con la documentación.
- Estrategia de comunicación. Se debe elaborar y establecer a todo nivel un programa de comunicación acerca del proceso de implementación.
- Reevaluación de la estrategia de implementación. La implementación de un sistema de calidad casi nunca permite predecir lo que resultará después de alguna actividad, por lo que a veces pueden aparecer oportunidades para realizar cambios y mejorar.

Las micro y pequeñas empresas en estudio el 37,5% tienen poca iniciativa para implantar el sistema de gestión de calidad, del cual quizás por desconocimiento o escasa información sobre el proceso que deben seguir para llevarlo a cabo, del cual deben interesarse más ya que eso beneficiaría a su negocio.

Principios de gestión de calidad

Para que un negocio u organización pueda consolidarse, crecer y desarrollarse debe adoptar varios principios de gestión de calidad, ya que estos les ayudara a mejorar su desempeño y tener una mejora continua; así como lo menciona Ríos (2013), que un sistema de gestión de calidad (certificado o no), debe estar documentado con un manual de calidad y con procedimientos e instrucciones técnicas y debe revisarse su cumplimiento a través de auditorías. A continuación se detallan los principios de la gestión de la calidad:

- Enfoque al cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deben entender sus necesidades actuales y futuras, cumplir con los requerimientos del cliente y tratar de, no solo alcanzar, sino exceder sus expectativas.
- Liderazgo: Los líderes crean el ambiente en el cual las personas pueden involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.
- Implicación de todo el personal: Las personas, a todos los niveles, son la esencia de una organización y su total implicación permite que utilicen sus habilidades en beneficio de esta.

- Enfoque de proceso: Un resultado deseado se logra más eficientemente cuando los recursos relacionados y las actividades se manejan como un proceso.
- Enfoque de sistema a la gestión: Identificando, entendiendo y manejando un sistema como procesos interrelacionados para lograr un objetivo dado, se contribuye a la efectividad y eficiencia de la organización.
- Mejora continua: La mejora continua debe ser un objetivo permanente de la organización.
- Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones: Las decisiones efectivas se basan en un análisis lógico e intuitivo de datos e información.
- Relación de mutuo beneficio con proveedores: La habilidad de la organización y sus proveedores de crear valor se incrementa por la relación de mutuo beneficio, en él se trata al proveedor como un socio más de la organización.

Las micro y pequeñas empresas en estudio también deben conocer más afondo sobre los principios que brinda la aplicación de un sistema de gestión de calidad ya que en el momento que deseen aplicarlo en su negocio, les permitirá que lo hagan de la manera correcta.

La norma ISO 9001- Gestión de calidad

La norma ISO 9001 sobre la gestión de calidad se centra en todo los elementos de la gestión de calidad que una empresa debe contar para poder tener un sistema efectivo que le permita mejorar la calidad de sus productos o servicios, así como lo menciona Méndez (2015), que la ISO 9001 es una norma internacional que toma en cuenta las actividades de una organización, sin distinción de sector de actividad. Esta norma se concentra en la satisfacción del cliente y en la capacidad de proveer productos y servicios que cumplan con las exigencias internas y externas de la organización.

La micro y pequeñas empresas en estudio deben tener muy claro que el sistema de gestión de calidad es una norma internacional que favorece mucho en los diferentes procesos o áreas de un negocio para que este pueda ser eficiente y rentable.

¿Por qué es importante ISO 9001 para su negocio?

La norma ISO 9001 es importante porque permite que un negocio obtenga altos niveles de resultados optimizando procesos de producción y mejorar la propia

imagen de la misma; así como lo manifiesta Toffel (2016), que La norma ISO de sistemas de gestión de la calidad proporciona la infraestructura, procedimientos, procesos y recursos necesarios para ayudar a las organizaciones a controlar y mejorar su rendimiento y conducirles hacia la eficiencia, servicio al cliente y excelencia en el producto. La certificación ISO 9001 SGC le ayuda a transmitir:

- Compromiso a sus accionistas
- Reputación de su organización
- Satisfacción de cliente
- Ventaja competitiva

La norma ISO 9001 es importante que lo apliquen las micro y pequeñas empresas en estudio, ya que les permitirá en un futuro ser grandes empresas, ser reconocidas dentro del mercado y a su vez ser más competitiva.

Beneficios de la norma ISO 9001 de gestión de calidad

Los beneficios que brinda la norma ISO 9001 para las organizaciones que lo poseen son mediante una mayor satisfacción de sus clientes, credibilidad ante terceros y mejorar la imagen; así como lo manifiesta Díaz (2015), que un sistema de gestión ISO 9001 le ayudará a obtener los siguientes beneficios y controlar de manera continua la calidad en todos los procesos:

- Le permitirá convertirse en un competidor más consistente en el mercado.
- Mejorar la Gestión de la Calidad que le ayudará a satisfacer las necesidades de sus clientes.
- Tendrá métodos más eficaces de trabajo que le ahorrarán tiempo, dinero y recursos.
- Mejorar su desempeño operativo, lo cual reducirá errores y aumentará los beneficios.
- Motivar y aumentará el nivel de compromiso del personal a través de procesos internos más eficientes.
- Aumentará el número de clientes valiosos a través de un mejor servicio de atención al cliente.

Los representantes legales de las MYPES en estudio que van y/o desean aplicar la norma ISO 9001 gestión de calidad, deben tener en claro que esta norma les generará varios beneficios para su negocio y a su vez cumplir más rápido con sus objetivos y metas trazadas.

Técnicas modernas de gestión de calidad

Las técnicas modernas de gestión de calidad les permiten que las empresas puedan mejorar en sus diferentes áreas de manera más eficiente y efectiva, y a su vez ofrecer productos de calidad e innovadores donde el cliente se sienta satisfecho tanto con el producto y la atención brindada, así como lo menciona Díaz (2014), que hay una serie de herramientas y técnicas modernas de gestión de calidad administrativas que han surgido para brindar a los empresarios elementos que les permitan incrementar sus niveles de productividad y competitividad, entre ellos tenemos:

1. **Calidad total:** Es una estrategia de gestión implica la participación continua de todos los trabajadores de una organización en la mejoría del desarrollo, diseño, fabricación y mantenimiento de los productos y servicios que ofrece.
2. **Benchmarking:** Es el proceso mediante el cual se recopila información y se obtienen nuevas ideas, mediante la comparación de aspectos de tu empresa con los líderes o los competidores más fuertes del mercado.
3. **Atención al cliente:** Es aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otros, a sus clientes para comunicarse directamente con ellos.
4. **Empowerment:** Traduce algo así como "Empoderamiento" y es una herramienta administrativa muy poderosa a través de la cual una organización le otorga a sus trabajadores la tecnología e información necesaria para que hagan uso de ella de forma óptima y responsable (más información).
5. **Outsourcing:** También conocida como "Subcontratación" o "Tercerización" y consiste en la contratación de una agencia externa para que se encargue de operar una función que anteriormente se realizaba dentro de una compañía.

Según los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio el 50% respondieron que las técnicas modernas de gestión de calidad que usan en su negocio es la atención al cliente, del cual es importante que sus clientes reciban una buena atención por parte de ellos, ya que eso les motivara a regresar nuevamente y recomendar a más personas que adquieran sus productos.

Principales dificultades para la implantación de una gestión de calidad.

Hoy en día existe un mercado cada vez más competitivo y dinámico del cual las empresas están obligadas a realizar un seguimiento permanente de sus procesos, pero muchas de ellas aún se siguen resistiendo, quizás por falta de recursos, falta de conocimientos, entre otros motivos que nos les favorece en nada; así como lo menciona Bermúdez (2012) que en gran medida las dificultades se centraban en una falta general de compromiso e implicación en la implantación, entre ellos podemos destacar los siguientes:

- Falta de coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.
- Actividades que no se complementan.
- Falta de conocimiento de los sistemas.
- Falta de conocimiento de la importancia de tener un sistema de gestión de la calidad y sus beneficios desde el enfoque sistémico.
- Resistencia al cambio.
- Inadecuado sistema para medir la satisfacción de los clientes.

Según los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio el 37,5% respondieron que las principales dificultades por las que no implantan la gestión de calidad en su negocio es por la poca iniciativa, del cual se recomienda poner más empeño e intereses en su negocio si desean que este crezca y por ende generar más ganancias.

Técnicas modernas para medir el rendimiento del personal.

Las técnicas para medir el rendimiento del personal de un negocio se presenta de diferentes maneras, mediante observaciones, evaluaciones y número de ventas que haga; del cual es muy importante para ver cómo está rindiendo y si es útil o no para

la empresa, así como lo menciona Buelvas (2012), que se hace de acuerdo a las necesidades dadas en el tiempo dentro de lo que hoy conocemos como empresa podemos precisar la de evaluar y estudiar el rendimiento de los trabajadores en ella.

- Evaluación: Se utiliza para comprobar el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos a nivel individual.
- Escala de puntuación: Evalúa el desempeño de las personas mediante factores de evaluación previamente definidos y graduados.
- Evaluación de 360°: Es una herramienta de gestión de talento humano que consiste en una evaluación integral la cual se utiliza para medir las competencias de los colaboradores en una empresa.
- Otros.

Las micro y pequeñas empresas en estudio el 75% respondieron que las técnicas modernas para medir el rendimiento del personal que utilizan es mediante la observación, del cual es una buena opción pero también se recomendaría que apliquen otras técnicas que serían más efectivas y precisas para evaluarlos, ya que esto también depende del rendimiento de su negocio.

Gestión de calidad en el rendimiento del negocio.

La gestión de calidad es de vital importancia para que el negocio pueda marchar de la mejor manera, ya que ayudara a maximizar la calidad en sus diferentes áreas y a cumplir con todos sus objetivos trazados de manera más eficiente, así como lo menciona Pacheco (2017), En el pasado, los modelos de gestión tenían en cuenta los resultados anteriores, tanto económico como de producción, entre otros, para diseñar el rendimiento y las condiciones futuras. Hoy en día, un moderno sistema de gestión de calidad permite seguir lo que ocurre en la empresa, en tiempo real, aportando agilidades en las decisiones y la posibilidad de ajustes rápidos para alcanzar los objetivos de manera más eficiente y eficaz además de reducir los costes aumentar la rentabilidad.

En su totalidad el 100% de los representantes de las MYPES en estudio respondieron que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, del cual es importante que lo tengan en cuenta para el momento que ellos desean implantarlo en su negocio, ya que es de gran ayuda para que su negocio sea competitivo.

Gestión empresarial

La gestión empresarial es un conjunto de estrategias que buscan obtener el máximo beneficio posible para mejorar su productividad y alcanzar sus objetivos; y por ende ser competitiva dentro del mercado, así como lo menciona Flores (2014), que la gestión empresarial hace referencia a las medidas y estrategias llevadas a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable económicamente. La misma tiene en cuenta una infinidad de factores, desde lo financiero, pasando por lo productivo hasta lo logístico. La gestión empresarial es una de las principales virtudes de un hombre de negocios.

Las micro y pequeñas empresas en estudio también deben aplicar la gestión empresarial ya que les permitirá aplicar estrategias de manera correcta en su negocio para poder ser competitivo dentro del mercado y por ende ser más reconocidos por sus servicios, productos, precios, etc.

Funciones de la gestión empresarial

Las funciones de la gestión empresarial se usan para tratar cambiar la dirección de la empresa y mejoramiento de todas las tareas laborales, esto se da mediante la planeación, organización, dirección y control, que son muy fundamentales cada una de estas para que la empresa tenga éxito; así como lo manifiesta Salazar (2018), Las funciones de la gestión empresarial coinciden con las relacionadas con la administración de empresas, diferenciándose de esta en que la gestión empresarial se posiciona en un nivel de autoridad superior (nivel gerencial) y abarca más conocimientos que los meramente administrativos.

Las funciones de la gestión empresarial, por lo tanto, son:

1. Planificación o planeación: combina los recursos para nuevos proyectos.
2. Organización: integración o coordinación de las actividades de trabajo junto con la agrupación de los recursos.
3. Dirección: dirigir los niveles de comunicación y liderazgo hacia los objetivos.
4. Control: mecanismos cuantificativos para evaluar los resultados y mejorar el proceso.

Conocer cuáles son sus funciones de la gestión empresarial es importante ya que permitirá que los representantes de las micro y pequeñas empresas se sientan más motivados para aplicarlos en su negocio ya que les ayudará a mejorar en sus diferentes áreas para poder ofrecer un mejor producto y servicio a sus clientes.

Elementos de un sistema de gestión calidad empresarial

Los elementos de un sistema de gestión de calidad ayudan mejorar la eficiencia y eficacia en sus procesos e incrementar la competitividad de la empresa, proporcionando una mejor información para la toma de decisiones; así como lo manifiesta Jiménez y Castro (2014), que un Sistema de Gestión de la Calidad son actividades empresariales, planificadas y controladas, que se realizan sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad. Entre los elementos de un Sistema de Gestión de la Calidad, se encuentran los siguientes:

1. Estructura Organizacional: Es la jerarquía de funciones y responsabilidades que define una organización para lograr sus objetivos.
2. Planificación (Estrategia): constituye al conjunto de actividades que permiten a la organización trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos que se ha planteado.
3. Recursos: Es todo aquello que vamos a necesitar para poder alcanzar el logro de los objetivos de la organización.
4. Procesos: Son el conjunto de actividades que transforman elementos de entradas en producto o servicio. Todas las organizaciones tienen procesos, pero no siempre se encuentran identificados.
5. Procedimientos: Es el conjunto de pasos detallados que se deben de realizar para poder transformar los elementos de entradas del proceso en producto o servicio. Dependiendo de la complejidad, la organización decide si documentar o no los procedimientos.

Conocer los elementos de un sistema de gestión de calidad empresarial de manera más precisa es importante ya que permitirá que los representantes legales de las MYPES para el momento que desean aplicarlo en su negocio lo hagan de manera más planificada sus actividades, como también desarrollar nuevas herramientas y metodologías asociadas a la calidad.

¿Qué es la atención al cliente?

Es aquel servicio que proporciona las empresas para poder ofrecer sus productos y estos puedan ser adquiridos de manera más rápida y precisa; es decir para poder relacionarse con el cliente y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades y este pueda regresar nuevamente al establecimiento; así como lo menciona Abanto (2013), que es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales.

Según los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio el 100% en su totalidad respondieron que si conocen el término atención al cliente, del cual es importante porque indicaría que sus servicios no son tan malos y solo necesitarían de ciertas cosas para mejorarlo y sea de calidad.

Tipos de atención o servicio al cliente.

El servicio que se brinda al cliente depende mucho de la persona que está realizando su trabajo como vendedor en este caso, ya que la atención se verá reflejada según como esté capacitado y preparado para hacerlo, que puede ser extraordinario, normal o pésimo; así como lo manifiesta Ruiz (2016), que el servicio de atención al cliente, o simplemente servicio al cliente, es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes, del cual se presenta 4 tipos de atención en los diferentes establecimientos, tales como:

- Servicio excepcional. Existe una cultura y servicio de calidad.
- Servicio normal. El servicio cumple apenas con las expectativas de los clientes.
- Servicio malo. El servicio no cumple con las expectativas de los clientes.
- Servicio pésimo. El servicio no existe es desastroso

Según los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio el 62,5% respondieron que la atención que brinda a su clientes lo consideran regular, del cual sería recomendable que se enfoquen más en ello ya que de eso dependen para que su

negocio pueda mantenerse en el mercado, como también pueda ir creciendo poco a poco.

Técnicas de atención al cliente

En cualquier empresa es muy esencial aplicar técnicas para brindar un mejor servicio al cliente y este pueda sentirse satisfecho, ya que la productividad depende de esto, y para poder seguir creciendo en el mercado, así como lo menciona Feruglio (2017), que Las técnicas de atención al cliente nunca han sido más importantes para las empresas que se encuentran tratando no sólo con competencia en el mundo real. Los consumidores de hoy tienen muchas opciones para elegir lo que significa que las empresas que desean tener más éxito deben centrarse en proporcionar un servicio excepcional. Es por ello que se debe tener en cuenta y utilizar los siguientes:

- Responsabilidad.
- Oídos abiertos y mentes abiertas.
- Cumplir con las necesidades del cliente.
- Desarrollo de las relaciones

Las micro y pequeñas empresas en estudio el 50% respondieron que a veces creen que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento, del cual si es importante que haiga una buen atención para fidelizarlos con el negocio, como también se deben aplicar técnicas en atención al cliente para que este cumpla con todas sus necesidades adquiridas tanto en el servicio como en el producto que está llevando.

Perfil del personal de ventas

El perfil del personal de ventas está compuesto por una serie de cualidades, características y valores para desarrollar de la mejor manera su trabajo, como también mediante sus conocimientos y habilidades adquiridos, así como lo manifiesta Thompson (2011), que el perfil del vendedor describe un conjunto de rasgos y cualidades que debe tener el vendedor para ser considerado un digno representante capaz de lograr óptimos resultados en su zona o sector de ventas. En ese sentido, el perfil integral del vendedor describe un conjunto de tres cualidades

básicas que debe tener el vendedor para lograr buenos resultados en la mayoría de mercados:

- Actitudes positivas.
- Habilidades personales y para ventas.
- Conocimientos de la empresa, de los productos y servicios que la empresa comercializa y del mercado.

Conocer el perfil que debe tener todo personal de ventas es importante que las micro y pequeñas empresas en estudio lo tomen en cuenta para el momento que van a contratar el personal para que labore en su negocio, ya que será de gran ayuda para que sus productos tengan mayor rotación y más número de ventas.

Características personales de un buen vendedor

Las características que debe adquirir o desarrollar un buen vendedor primero que nada es tener determinación y actitud para realizar su trabajo, como también estar seguro de sí mismo y saber escuchar para saber qué es lo que realmente desea el cliente, así mismo como lo menciona Ugalde (2016), que el perfil de un buen vendedor están compuestos por una serie de características propias de la personalidad y valores de la persona, sumado al conocimiento.

- Optimismo
- Seguridad en sí mismo
- Honestidad
- Puntualidad
- Saber escuchar
- Organización
- Facilidad para comunicar

Las micro y pequeñas empresas en estudio también deben considerar ciertas características del personal de ventas que van a contratar ya que esto les ayudara de manera más precisa y rápida adaptarlos a su negocio, y por ende obtener resultados favorables, es decir clientes satisfechos y ganar más clientes.

La gestión de calidad en el servicio al cliente.

La gestión de calidad en el servicio al cliente es de suma importancia para toda organización ya que ayuda a maximizar sus ventas de manera más eficiente, es decir, ayuda a evaluar y saber qué es lo que realmente quiere el cliente para que este se sienta satisfecho con el producto y servicio que está recibiendo; así como lo manifiesta Méndez (2013), Una de las formas principales para que la empresa se pueda distinguir, consiste en ofrecer calidad en el servicio, en forma consistente, la cual dará una fuerte ventaja competitiva, que conduce a un mejor desempeño en la productividad y en las utilidades de la organización. Muchas empresas de servicios han tratado de asegurarse que los clientes reciban, en forma constante, servicios de gran calidad en todos sus encuentros con los servicios.

Según los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio el 62,5% respondieron que no aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, del cual indicaría que el servicio no se está dando como debería ser y necesitan aplicarlo para poder fidelizar a sus clientes y a su vez incrementar sus ventas.

Impacto de una buena atención al cliente.

Realizar una buena atención al cliente permite que estos puedan adquirir más rápido sus productos y en otros casos se animan a llevar más, sin la necesidad de ir a otros establecimientos, como también estos puedan nuevamente regresar y captar nuevos clientes; así como lo manifiesta Alcaide (2011), La preocupación por la calidad de la atención al cliente no constituye una actitud “romántica”, sino que la misma está estrechamente vinculada a la mayor o menor capacidad de las empresas para generar rentabilidad. Si se produce una buena calidad en la atención al cliente por ende se tendrá los siguientes resultados:

- Mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios.
- Incremento de las ventas y la rentabilidad (la alta calidad permite, entre otras cosas, fijar precios más altos que la competencia).
- Más ventas, ya que los clientes satisfechos se muestran más dispuestos a comprar los otros servicios o productos de la empresa.
- Más clientes nuevos captados a través de la comunicación boca-a-boca, las

referencias de los clientes satisfechos, etcétera.

- Mejor imagen y reputación de la empresa.
- Una mayor participación de mercado.

Según los representantes de las micro y pequeñas empresas el 50% respondieron que los resultados que han logrado brindando una buena atención al cliente fue el incremento en las ventas, del cual se recomienda que deben aplicar la gestión de calidad en sus servicios ya que les será muy eficiente y eficaz en sus diferentes áreas.

Gestión de calidad total.

La gestión de calidad total es cuando supone un cambio profundo en todos sus procesos de la organización y de sus empleados, como también que los productos cumplan con todas las especificaciones necesarias hacia el cliente, así como lo manifiesta Campillo (2014), que la gestión de calidad total, es el concepto que denomina a aquel tipo de estrategia que tiene por misión la instalación de una conciencia de calidad en todos aquellos procesos vinculados a la fabricación de los productos o servicios y en lo que respecta a la organización. Cabe destacarse que se la denominó como total porque la idea es no solamente satisfacer las necesidades de los clientes sino también que todos los integrantes de la organización e implicados en la producción se vean beneficiados.

La gestión de calidad total es muy importante para cada organización ya que les permitirá el posicionamiento de su empresa en el mercado, del cual el 75% de los representantes legales de las MYPES en estudio respondieron que si creen que es cierto, como también la mayoría respondieron que si creen empresa se eficiente cuando atiende y da soluciones a los reclamos de los clientes.

2.3. Marco conceptual

Origen de existencia de los juguetes

La primera tienda de juguetes fue fundado por la familia Banchs antes de la guerra civil Española (1936). Inicialmente se fabricaban utensilios de madera para la casa, pero con el paso de los años se acabaron construyendo juguetes de este mismo material.

A medida que la importancia de los juguetes fue creciendo, sobre todo en las fiestas navideñas, la tienda se fue especializando en juguetes de madera, para acabar vendiendo juguetes de todo tipo.

Actualidad de las jugueterías

Una juguetería es una tienda o comercio minorista dedicado a la venta de juguetes a los consumidores. La juguetería puede tener diversos tamaños, desde un comercio de barrio hasta un gran almacén, siendo su característica definitoria el tipo de producto que ofrece a la venta.

Por último, se llama juguetería al trabajo manual dedicado a la confección de juguetes y/o al diseño y fabricación de juguetes infantiles.

Características de las jugueterías

El negocio de juguetería se caracteriza por ser muy estacional. Es muy habitual que la mayor parte de las ventas que se producen en el año se llevan a cabo en épocas de fiesta señaladas en las que es tradición hacer algún regalo a los niños.

Por ello, es también habitual que este tipo de empresas lleven una contabilidad en la que el año contable difiere del año natural, tratando de ajustarse al ciclo habitual que sigue su negocio.

Las micro y pequeñas empresas

Las micros y pequeñas empresas son formadas por personas con espíritu emprendedor que tienen ganas de superación y de tener su propio negocio, es decir cumplir con sus necesidades económicas y también poder mejorar su calidad de vida; por otro lado ayudar a su familia a que sea partícipe de ella.

Las MYPES han demostrado a lo largo del tiempo y en la mayoría de países desarrollados y sub desarrollado, que son un componente importante de la economía, y por ende a la sociedad ya que ayudan a combatir la pobreza y generar más fuentes de empleo a muchas familias.

El perfil de los representantes de las microempresas

Son aquellas personas que en su necesidad de emprender su negocio propio se basan en sus experiencias cotidianas y laborales que adquirieron en su vida, en la cual aplican sus conocimientos dentro de su empresa para que esta pueda ser rentable y permanecer dentro del mercado.

El motivo del que les empuja a formar un negocio son por diferentes razones tales como:

- Personas recién desempleadas y no encuentran otro trabajo.
- Ganas de ser dueños de su propio negocio y no depender de nadie.
- Amas de casas, con ganas de tener un ingreso extra.
- Madres solteras que tienen que sacar a su familia adelante.
- Personas que necesitan asegurar su futuro, cuando se jubilen
- Etc.

Gestión de calidad

La gestión de calidad es una herramienta que ayuda al buen funcionamiento dentro de un negocio, ya que permite un mejor control de las actividades en sus diferentes áreas; como también ayuda al aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente, siendo competitivo dentro del mercado y por ende seguir creciendo.

Un buen sistema de gestión de calidad, siempre le garantizará a la empresa la satisfacción de los requerimientos de sus clientes, tanto en lo que respecta a la presentación del servicio o a lo que ofrece el producto en sí.

Atención al cliente

Se da mediante personas capacitadas y preparadas que contrata una empresa u organización para poder brindar un buen servicio en la atención a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o dar información de un producto.

Así mismo, este debe de realizarse de la mejor manera posible ya que influye en la satisfacción de los clientes de tal manera pueda fidelizarlos y captar nuevos clientes para la empresa.

III. HIPÓTESIS

En el presente estudio de investigación no se plantea hipótesis porque se trata de una investigación de tipo descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación.

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño de investigación, No experimental – Transversal - Descriptivo – bajo la supervisión del docente tutor.

- Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad en atención al cliente, es decir, las funciones de gestión de calidad se presentó tal y como se muestran en las MYPES en los servicios de ventas de juguetes en el centro del distrito de Chimbote, 2017.
- Fue transversal porque el estudio de investigación se ha realizado en un tiempo determinado de un 1 año, que sería del 2017.
- Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes de las micro y pequeñas empresas, representantes legales y la variable en estudio.

4.2. Población y muestra.

a) Población

La población de estudio está conformada por un total de 16 micro y pequeñas empresas dedicadas al sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017. (Ver anexo 3)

b) Muestra

Para el desarrollo de investigación se aplicó la encuesta al 100% del total de la población.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Variable	Definición de variable	Dimensión	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas	Algunas características de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES	1. Edad.	a. 18-30 años b. 31-50 años c. De 51 a mas	Razón
		2. Genero.	a. Masculino b. Femenino	Nominal
		3. Grado de instrucción.	a. Sin instrucción b. Primaria c. Secundara d. Superior no universitario e. Superior Universitario	Ordinal
		4. Cargo que desempeña.	a. Dueño b. Administrador	Nominal
		5. Tiempo que desempeña el cargo.	a. 0 a 3 años b. 4 a 6 años c. 7 años a más	Razón
6. Tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro.	a. 0 a 3 años b. 4 a 6 años c. 7 años a más			
Perfil de las micro y pequeñas empresas	Algunas características de las Micro y pequeñas empresas	7. Formalidad de la MYPE.	a. Formal b. Informal	Nominal
		8. Número de trabajadores.	a. 1 a 5 Trabajadores b. 6 a 10 trabajadores c. 11 a más trabajadores	Razón

		9. Personas que trabajan en la MYPE.	a. Familiares b. Personas no familiares	Nominal
		10. Objetivo de creación.	a. Generar ganancia b. Subsistencia	
Variable de Gestión de calidad en Atención al cliente	Algunas características de la gestión de calidad en atención al cliente	11. ¿Esta aplicado una gestión de calidad en su negocio?	a. Si b. No	
		12. ¿Qué técnicas modernas de gestión de calidad usa en su negocio?	a. Benchmarking b. Atención al cliente c. Empowerment d. Outsourcing e. Otros f. Ninguno	
		13. ¿Qué dificultades tiene para la implantación de la gestión de calidad?	a. Poca iniciativa b. Aprendizaje lento c. No se adapta a los cambios d. Desconocimiento del puesto e. Otros	
		14. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal utiliza?	a. La observación b. La evaluación c. Escala de puntuación d. Evaluación 360° e. Otros	

	15. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	a. Si b. No	
	16. ¿Conoce el término atención al cliente?	a. Si b. No	
	17. ¿La atención que brinda a los clientes como lo considera?	a. Buena b. Regular c. Mala	
	18. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	a. Si b. No c. A veces	
	19. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?.	a. Clientes satisfechos b. Fidelización de los clientes c. Incremento en las ventas d. Ninguno	
	20. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?	a. Siempre b. Nunca c. A veces	
	21. ¿Cree usted que la empresa es eficiente cuando atienden y dan solución a los reclamos	a. Si b. No	

		de los clientes?		
		22. ¿Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?	a. Si b. No	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, y como instrumento fue mediante un cuestionario estructurado por 22 preguntas relacionadas al perfil de los dueños o representantes legales, características de las MYPES y variable en estudio: Gestión de calidad en atención al cliente. (Ver Anexo 4)

4.5. Plan de análisis.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo el uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; los resultados se presentaron mediante tablas de distribución de frecuencia absoluta y relativa porcentual, así como las figuras estadísticas para cada una de las variables en estudio.

Para el procesamiento de los datos se realizó con el programa informático Microsoft Excel 2010.

4.6. Matriz de consistencia.

Pregunta	Objetivos	Variable	Metodología		
			Población y muestra	Método	Técnicas y instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, Centro de la ciudad de Chimbote, 2017?	<p>Objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, Centro de la ciudad de Chimbote, 2017.</p> <p>Objetivo específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, Centro de la ciudad de Chimbote, 2017. 2. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, Centro de la ciudad de Chimbote, 2017. 3. Determinar las principales características de una gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, Centro de la ciudad de Chimbote, 2017. 	Gestión de calidad en atención al cliente	<p>a) Población</p> <p>La población de estudio está conformada por un total de 16 micro y pequeñas empresas dedicadas al sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017. (Ver anexo 3)</p> <p>b) Muestra</p> <p>Para el desarrollo de investigación se aplicó la encuesta al 100% del total de la población.</p>	<p>Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño de investigación, No experimental – Transversal - Descriptivo – bajo la supervisión del docente tutor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad en atención al cliente, es decir, las funciones de gestión de calidad se presentó tal y como se muestran en las MYPES en los servicios de ventas de juguetes en el centro del distrito de Chimbote, 2017. • Fue transversal porque el estudio de investigación se ha realizado en un tiempo determinado de un 1 año, que sería del 2017. • Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes de las micro y pequeñas empresas, representantes legales y la variable en estudio. 	En la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, y como instrumento fue mediante un cuestionario estructurado por 22 preguntas relacionadas al perfil de los dueños o representantes legales, características de las MYPES y variable en estudio: Gestión de calidad en atención al cliente. (Ver Anexo 4)

4.7. Principios éticos.

En la elaboración del presente estudio de investigación no tuvo ningún impacto negativo sobre la sociedad, por lo contrario los benefició ya que nos permitió recolectar datos reales para saber cómo se encuentran funcionando hoy en día las micro y pequeñas empresas en estudio. Por otro lado se ha procurado mantener 3 principios básicos, que ayudaron a realizar de manera plena con los objetivos señalados tales como:

- Respeto por las personas, es decir se dio un trato cortés y amable sin hacer distinción de su nacionalidad, raza, credo o estatus económico o social al momento que se aplicó la encuesta de la variable en estudio.
- Confiabilidad porque la investigación se llevó a cabo basándose en el principio de fidelidad, ya que se buscó datos reales sobre la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017. Así mismo respetó el derecho del autor, ya que no hubo apropiación ilícita de la información de la fuente y se hizo uso de la misma sin alteraciones y/o modificaciones.
- Confidencial por que se respetó el derecho de confidencialidad de los encuestados, asegurándoles que no habría ningún tipo de conflicto de interés por parte de la información brindada para las fuentes, así como su protección mediante el anonimato para no perjudicar directa o indirectamente a los representantes de las micro y pequeñas empresas de estudio.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1 Características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017.

Datos generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad		
18 - 30 años	4	25,0
31 - 50 años	10	62,5
De 51 a mas	2	12,5
Total	16	100,0
Género		
Masculino	5	31,2
Femenino	11	68,8
Total	16	100,0
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0,0
Primaria	3	18,8
Secundaria	5	31,2
Superior no universitario	8	50,0
Superior Universitario	0	0,0
Total	16	100,0
Cargo que desempeña		
Dueño	12	75,0
Administrador	4	25,0
Total	16	100,0
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	3	18,8
4 a 6 años	5	31,2
7 años a mas	8	50,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro juguetería, centro de la ciudad Chimbote, 2017.

Tabla 2 Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad Chimbote, 2017.

De la empresa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro		
0 a 3 años	4	25,0
4 a 6 años	5	31,2
7 años a mas	7	43,8
Total	16	100,0
Formalidad de la MYPE		
Formal	16	100,0
Informal	0	0,0
Total	16	100,0
Número de trabajadores		
1 a 5 Trabajadores	11	68,8
6 a 10 trabajadores	5	31,2
11 a más trabajadores	0	0,0
Total	16	100,0
Personas que trabajan en la MYPE		
Familiares	6	37,5
Personas no familiares	10	62,5
Total	16	100,0
Objetivo de creación		
Generar ganancia	11	68,8
Subsistencia	5	31,2
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad Chimbote, 2017.

Tabla 3 Características de una gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad Chimbote, 2017.

Gestión de calidad en atención al cliente	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Aplica la gestión de calidad		
Si	4	25,0
No	10	75,0
Total	16	100,0
Técnicas modernas de gestión de calidad		
Benchmarking	0	0,0
Atención al cliente	8	50,0
Empowerment	4	25,0
Outsourcing	2	12,5
Otros	0	0,0
Ninguno	2	12,5
Total	16	100,0
Dificultades en la implementación de la gestión de calidad		
Poca iniciativa	6	37,5
Aprendizaje lento	3	18,8
No se adapta a los cambios	4	25,0
Desconocimiento del puesto	1	6,2
Otros	2	12,5
Total	16	100,0

Continúa...

Tabla 3 Características de una gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad Chimbote, 2017.

Técnicas utilizadas para medir el rendimiento del negocio		
La observación	12	75,0
La evaluación	3	18,8
Escala de puntuación	0	0,0
Evaluación 360°	0	0,0
Otros	1	6,2
Total	16	100
El rendimiento del negocio mejora a la gestión de calidad		
Si	16	100,0
No	0	0,0
Total	16	100,0
Sabe que es atención al cliente		
Si	16	100,0
No	0	0,0
Total	16	100,0
Como considera la atención que brinda a sus clientes		
Buena	4	25,0
Regular	10	62,5
Mala	2	12,5
Total	16	100,0

Continúa...

Tabla 3 Características de una gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad Chimbote, 2017.

	Conclusión	
En el servicio que brinda a sus clientes aplica la gestión de calidad		
Sí	4	25,0
No	10	62,5
A veces	2	12,5
Total	16	100,0
Brindando una buena atención al cliente que ha logrado		
Clientes satisfechos	3	18,8
Fidelización de los clientes	5	31,2
Incremento en las ventas	8	50,0
Ninguno	0	0,0
Total	16	100,0
Es fundamental una buena atención para que el cliente regrese al establecimiento		
Siempre	5	31,2
Nunca	3	18,8
A veces	8	50,0
Total	16	100,0
Da solución a los reclamos de los clientes		
Si	10	62,5
No	6	37,5
Total	16	100,0
El posicionamiento de su empresa en el mercado se da mediante la atención		
Si	12	75,0
No	4	25,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad Chimbote, 2017.

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1 Referente a las características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas.

Con respecto a la pregunta 1: La edad de los representantes. El 62,5% de los encuestados tienen de 31 a 50 años, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Turriate (2017) quien determina que el 50% tienen de 31 a 50 años de edad, como también con los resultados encontrados por Chinchay (2017) quien manifiesta que el 82,4% tienen de 31 a 39 años, asimismo con los resultados encontrados por Rodríguez (2017) quien manifiesta que el 60% tienen de 31 a 43 años, por otro lado con los resultados encontrados por Salas (2017) quien determina que el 50% tienen de 29 a 39 años y con los resultados encontrados por Ramos (2015) quien determina que el 48% tienen de 26 a 45 años. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017 actualmente son personas adultas que se encuentran al frente de estos negocios del cual es más fácil que se adapten a los cambios y tecnología que se está dando para ser competitivos dentro del mercado.

En cuanto a la pregunta 2: Género de los representantes. El 68,8% son mujeres, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Turriate (2017) quien determina que el 58,3% son mujeres, como también con los resultados encontrados por Rodríguez (2017) quien manifiesta que el 60% son mujeres y con los resultados encontrados por Salas (2017) quien determina que el 81,8% son mujeres. Pero contrasta con los resultados encontrados por Chinchay (2017) quien manifiesta que el 82,4% son de género masculino y con los resultados encontrados por Ramos (2015) quien determina que el 52% son masculinos. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas de dicho estudio mayormente en estos últimos años son las mujeres que se encuentran al frente de estos negocios, del cual es importante que también tengan el deseo de emprender su negocio y lo hagan funcionar de la menor manera.

Según la pregunta 3: Grado de instrucción de los representantes. El 50% de los representantes tienen superior no universitario, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Turriate (2017) quien determina que el 41,7% tienen grado de instrucción de superior no universitario, asimismo con los resultados

encontrados por Salas (2017) quien determina que el 40,9% de los representantes tienen grado de instrucción técnico y como los resultados encontrados por Ramos (2015) quien manifiesta que el 40% tienen grado de instrucción superior técnico. Pero contrasta con los resultados encontrados por Chinchay (2017) quien manifiesta que el 79,4% tienen grado de instrucción secundaria y con los resultados encontrados por Rodríguez (2017) quien determina que el 70% tienen grado de instrucción de secundaria. Esto demuestra que los representantes de las MYPES en estudio hoy en día la mayoría se están preparando un poco más para poder emprender su negocio y necesitan seguir surgiendo para poder tener un mejor manejo empresarial y estos no desaparezcan en el poco tiempo de su creación, por lo contrario permanecer en ello y a su vez ir creciendo.

Con respecto a la pregunta 4: El cargo que desempeñan los representantes. El 75% desempeñan como dueños, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Turriate (2017) quien determina que el 66,7% que el cargo que desempeñan son como dueños. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio mayormente son administrados por los propios dueños, del cual indicaría que se requiere de mayor compromiso e información para realizar la administración de manera correcta y hacer que el negocio crezca.

En cuanto a la pregunta 5: Tiempo que desempeñan en el cargo los representantes. El 50% tienen de 7 años a más, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Turriate (2017) quien manifiesta que el 58,3% tienen en el cargo de 7 años a más. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio a pesar que son los dueños que están al frente de estos negocios no lo están haciendo tan mal ya que aún siguen en el mercado, del cual se recomendaría que se prepararan más para que puedan obtener mejores resultados.

Tabla 2 Referente a las características de las micro y pequeñas empresas.

Según la pregunta 6: Tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro. El 43,8% tienen 7 años a más, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Turriate (2017) quien manifiesta que el 66,7% tienen de 7 años a más. Pero contrasta con los resultados encontrados por Rodríguez (2017) quien determina que el 80% tienen de 0 a 3 años y con los resultados encontrados por Salas (2017) quien manifiesta que el 45,5% tienen de 1 a 2 años su empresa en el mercado. Esto

demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017 se siguen manteniendo en el mercado, del cual es importante que lo siguen poniendo mucho empeño para seguir así y poder ir creciendo poco a poco para un futuro ser una empresa reconocida en el mercado y a su vez competitiva.

En cuanto a la pregunta 7: Formalidad de la MYPE. El 100% son formales, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Turriate (2017) quien manifiesta que el 83,3% si son formales, asimismo con los resultados encontrados por Rodríguez (2017) quien determina que el 70% son formales y con los resultados encontrados por Salas (2017) quien manifiesta que el 81,8% son formales. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas en estudio hoy en día la gran mayoría si están trabajando correctamente cumpliendo con dicha ley constitucional, del cual esto les permitirá tener más recursos para seguir creciendo en el mercado.

Con respecto a la pregunta 8: Número de trabajadores de la MYPE. El 68,8% tienen de 1 a 5 trabajadores, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Rodríguez (2017) quien determina que el 100% tienen de 0 a 3 trabajadores y con los resultados encontrados por Salas (2017) quien manifiesta que el 81,8% tienen de 1 a 2 trabajadores. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen aún poco personal laborando en su negocio, del cual se puede deducir que sea por el tamaño del negocio que no necesitan de más personal, del cual es importante que adquieran personal dependiendo a la capacidad de su empresa para poder evitar tener más egresos posibles que ingresos.

Según la pregunta 9: Personas que trabajan en la MYPE: El 62,5% son personas no familiares, estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Turriate (2017) quien manifiesta que el 66,7% de las personas que trabajan en la empresa son familiares. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio adquieren sus servicios de personas no familiares a ellos, del cual se desconoce los motivos a pesar que cuentan con poco personal, del cual en algunos casos es mejor porque es más fácil adaptarlos a la empresa y estos puedan brindar un mejor servicio sin resistencia alguna.

En cuanto a la pregunta 10: Objetivo de creación de la MYPE: El 68,8% se creó para generar ganancias, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Turriate (2017) quien manifiesta que el 75% se creó para generar ganancias y con los

resultados encontrados por Rodríguez (2017) quien determina que el 100% se creó con el objetivo de generar ganancias. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio la gran mayoría desde el momento que abren su negocio tienen la expectativa y ganas de generar ganancias, esto les permitirá poner más empeño en ir mejorando y no reusarse a los cambios y exigencias de sus clientes para poder cumplir con lo previsto, como también ir creciendo en el mercado.

Tabla 3 Referente a las características de una gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas.

Con respecto a la pregunta 11 ¿Está aplicando una gestión de calidad en su negocio?: El 75% no aplican la gestión de calidad en su negocio, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Salas (2017) quien menciona que el 63,6% no conocen cuales son los alcances de la gestión de calidad. Pero contrasta con los resultados encontrados por Turriate (2017) que manifiesta que el 58,3% si conocen el término gestión de calidad. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017 aún no está aplicando la gestión de calidad en sus negocios, del cual es importante que estos emprendedores lo apliquen ya que les ayudara a mejorar en sus diferentes áreas y brindar un mejor servicio a sus clientes.

Según a la pregunta 12 ¿Qué técnicas modernas de gestión de calidad usa en su negocio?: El 50% utilizan la técnica atención al cliente, estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Turriate (2017) que manifiesta que el 41,7% de las técnicas modernas de gestión de calidad que conocen son las TICS. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio utilizan más la técnica de atención al cliente, del es importante ya que esa es la que más a menudo se aplica en el negocio al momento de brindar sus servicios a los clientes para que puedan adquirir su productos.

En cuanto a la pregunta 13 ¿Qué dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad?: El 37,5% es por la poca iniciativa, estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Turriate (2017) quien menciona que el 48,7% es que no se adaptan a los cambios. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen desinterés por aplicar la gestión de calidad en

su negocio, del cual deben ponerle más importancia y ganas ya que les beneficiaría mucho a incrementar sus ventas mediante un producto de calidad y servicio.

Según a la pregunta 14 ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal utiliza?: El 75% utilizan la observación, mientras que el 18,8% utilizan la evaluación. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio mayormente conocen la técnica de la observación, del cual también es importante ya que podrán ver como se desenvuelven y en que deben mejorar para poder brindar un buen servicios, pero también hay otras técnicas que ayudan a obtener resultados precisos del perfil que están buscando o desean tener.

Con respecto a la pregunta 15 ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?: El 100% respondieron que sí, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Turriate (2017) quien menciona que el 66,7% respondieron que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio en su totalidad lo tienen claro que la gestión de calidad es de gran ayuda para el buen funcionamiento y rendimiento del negocio, del que se recomienda que también lo apliquen para cumplir con todos sus objetivos y metas trazadas de manera más eficiente.

Según la pregunta 16 ¿Conoce el término atención al cliente?: El 100% respondieron que si conocen el termino atención al cliente. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio si saben lo que es atención al cliente, del cual es importante ya que les va a permitir aplicarlo de manera adecuada en su negocio e ir adaptándose según las expectativas de los clientes.

En cuanto a la pregunta 17 ¿La atención que brinda a los clientes como lo considera?: El 62,5% de los encuestados respondieron que lo consideran regular, mientras que el 25% lo consideran buena. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio en su gran mayoría no están brindando una adecuada atención a sus clientes, del cual se recomienda enfocarse más en eso para poder fidelizarlos y a su vez aumentar su cartera de clientes.

Con respecto a la pregunta 18 ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?: El 62,5% no los están aplicando, estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Salas (2017) quien menciona que el 59,1% de los encuestados respondieron que la gestión de calidad si está enfocado con las acciones de atención al cliente. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio no se interesan por ir mejorando en su negocios, lo hacen como mejor les parezca a ellos, del cual se recomienda que utilicen otros recursos como la gestión de calidad para tener mejores resultados tanto en su ventas, como también en sus productos.

Según la pregunta 19 ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?: El 50% han logrado en el incremento en ventas, estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Rodríguez (2017) quien menciona que el 50% fue la satisfacción de las necesidades de sus clientes, y con los resultados en contados por Salas (2017) quien determino que el 63,6% han contribuido en los resultados del negocio. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio han tenido más acogida con el incremento en ventas a diferencias de los otros, del cual de cualquier punto de vista es bueno ya que les va a permitir a mejorar en cual área que deseen mejorar o como también en todos sus niveles, ya que los resultados serán los mimos.

En cuanto a la pregunta 20 ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?: El 50% de los encuestados respondieron que es solo a veces, estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Salas (2017) quien determino que el 59,1% respondieron que los clientes si valoran el servicio y genera fidelización, y con los resultados encontrados por Ramos (2017) quien manifiesta que el 28% siempre evalúan la calidad de atención al personal en su negocio. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio piensan que no es de gran importancia brindar una buena atención para que ellos regresen, del cual deben tener en claro que el negocio sigue en el mercado es gracias a los clientes que adquieren sus productos, porque si nadie compra el negocio quiebra.

Con respecto a la pregunta 21 ¿Cree usted que la empresa es eficiente cuando atienden y dan solución a los reclamos de los clientes?: El 62,5% respondieron que sí, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Salas (2017) quien manifiesta que el 63,6% respondieron que si recogen las sugerencias y reclamos de los clientes para mejorar su nivel de servicio, y con los resultados encontrados por Ramos (2015) quien manifiesta que el 32% muchas veces evalúan el nivel de satisfacción de sus clientes. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio en su mayoría si están de acuerdo, del cual es netamente cierto ya que un cliente siempre va a querer sentirse satisfecho con el producto, servicio e información que les brinda la empresa, como también que les den una solución si el producto que llevaron necesitan cambiarlo ya sea por el color, modelo, defectuoso, etc.

Finalmente la pregunta 22 ¿Cree Ud. ¿Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?: El 75% de los representantes respondieron sí. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio en su mayoría si están de acuerdo, del cual mientras más personas adquieran su producto este va a tener mayor acogida y por ende se hace más reconocido en el mercado y a su vez generando competitividad.

VI. CONCLUSIONES

6.1. Respecto a las características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas.

El 62,5% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017 tienen 31 a 50 años de edad, el 68,8% son mujeres, el 50% tienen grado de instrucción superior no universitario, el 75% desempeñan el cargo como dueños y el 50% desempeñan en el cargo de 7 años a más.

6.2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas.

El 43,8% de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen de permanencia en el rubro de 7 años a más, el 100% son formales, el 68,8% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 62,5% que trabajan en la MYPE son personas no familiares y el 68,8% el objetivo de creación de la MYPE fue para generar ganancias.

6.3. Referente a las características de una gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas.

El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio respondieron que no están aplicando una gestión de calidad en su negocio, el 50% usan en su negocio la técnica moderna de gestión de calidad de atención al cliente, el 37,5% las dificultades que tienen para la implantación de la gestión de calidad es la poca iniciativa, el 75% las técnicas para medir el rendimiento del personal que utilizan son mediante la observación, el 100% respondieron que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

El 100% de los representantes respondieron que si conocen el término atención al cliente, el 62,5% la atención que brinda a sus clientes lo considera regular, el 62,5% no aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda sus clientes, el 50% los resultados que ha logrado brindando una buena atención al clientes es el incremento en las ventas, el 50% respondieron que a veces creen que la atención al clientes es fundamental para que este regrese al establecimiento, el 62,5% si creen que la empresa es eficiente cuando atiende y dan solución a los reclamos de los clientes y el 75% si creen que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

Referencias bibliográficas

- Abanto, K. (2013). *Servicio de atención al cliente*. Recuperado el 04 de Mayo del 2018 de: https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente
- Abuerto, H. (2008). *Las empresas familiares son el principal factor de creación de riqueza y el motor básico de la economía productiva regional*. Recuperado el 01 de Mayo del 2018 de: <https://adefam.com/empresa/empresaFamiliar.Html>
- Aguilar, R. (2012). *Gestión de calidad*. Recuperado el 18 de Mayo del 2018 de: https://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_la_calidad
- Alcaide, J. (2011). *Beneficios de una buena atención al cliente*. Recuperado el 04 de Mayo del 2018 de: <http://www.grandespymes.com.ar/2011/10/19/15-beneficios-de-una-buena-atencion-al-cliente/>
- Aspilcueta, J. (2012). *MYPES en el Perú*. Recuperado el 01 de Mayo del 2018 de: <http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>
- Avolio, B. y Mesones, A. (2012). *Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES)*. Pág. 02. Recuperado el 15 de Abril del 2018 de: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/download/4126/4094>
- Barrios, A. (2015). *Importancia de las microempresas*. Recuperado el 01 de Mayo del 2018 de: <https://es.slideshare.net/AdrianaBarrios6/importancia-de-la-microempresa>
- Bermúdez, L. (2012). *Obstáculos en la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001*. Recuperado el 04 de Mayo del 2018 de: <https://blogbvelearning.wordpress.com/2012/10/08/31-obstaculos-en-la-implantacion-de-un-sistema-de-gestion-de-la-calidad-iso-9001/>
- Buelvas, P. (2012). *Métodos de evaluación del desempeño laboral*. Recuperado el 04 de Mayo del 2018 de: <https://www.gestiopolis.com/metodos-de-evaluacion-del-desempeno-laboral/>

- Campillo, A. (2014). *Definición de calidad total*. Recuperado el 04 de Mayo del 2018 de: <https://www.definicionabc.com/negocios/calidad-total.php>
- Castro, A. (2015). *Fallas comunes de las micro y pequeñas empresas en su intento de crecer*. Radio: RRP noticias. Recuperado el 18 de Abril del 2018 de: <http://rpp.pe/lima/actualidad/fallas-comunes-de-las-micro-y-pequenas-empresas-en-su-intento-de-crecer-noticia-837187>
- Chinchay, C. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el cumplimiento de la ley n° 28376 en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro otros tipos de venta por menor (juguetes) en el distrito de Huaraz, 2015*”. HUARAZ. Recuperado el 18 de mayo del 2018 de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044900>
- Congreso de la Republica, (2003). *Ley de Promoción y formalización de la micro y pequeña empresa Ley N° 28015. Perú*. Recuperado el 29 de Abril del 2018 de: <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- Congreso de la Republica, (2013). *Ley N° 30056 que modifico diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Perú*. Recuperado el 01 de Mayo del 2018 de: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/\\$FILE/30056.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/$FILE/30056.pdf)
- Cruz, M., Meneses, G. y López, E. (2016). *Porque no crecen las micro y peñas empresas en MEXICO. Universidad Tecnológica de Tecámac. Pag.2*. Recuperado el 22 de Abril del 2018 de: http://www.ecorfan.org/actas/A_1/29.pdf
- Cuevas, A. (2014). *Los objetivos de una empresa. Gestión de negocios*. Recuperado el 01 de Mayo del 2018 de: <https://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>
- Díaz, G. (2015). *Gestión de calidad ISO 9001*. Recuperado el 03 de Mayo del 2018 de: <https://www.bsigroup.com/es-ES/Gestion-de-Calidad-ISO-9001/>

- Díaz, J. (2014). *10 herramientas de la administración moderna*. Recuperado el 04 de Mayo del 2018 de: <https://www.negociosyemprendimiento.org/2014/08/herramientas-administracion-moderna.html>
- Domínguez, P. (2014). *La pequeña empresa: Origen de la empresa familiar. GESTION: El diario de economía y negocios del Perú*. Pag.7. Perú. Recuperado el 18 de Abril del 2018 de: <https://gestion.pe/blog/empresayfamilia/2014/08/la-pequena-empresa-origen-de-la-empresa-familiar.html>
- Feruglio, C. (2017). *¿Cuáles son las técnicas de servicio al cliente empleadas en la prestación de servicios?*. Recuperado el 14 de Mayo del 2018 de: <https://pyme.lavoztx.com/cules-son-las-tnicas-de-servicio-al-cliente-empleadas-en-la-prestacin-de-servicios-9750.html>
- Flores, W. (2014). *Definición de gestión empresarial*. Recuperado el 04 de Mayo del 2018 de: <https://definicion.mx/gestion-empresarial/>
- Floresta, M. (2012). *Características de las Micro empresas*. Recuperado el 01 de Mayo del 2018 de: <https://laspequenasempresas.wordpress.com/2012/11/13/Características-de-las-microempresas/>
- García, F. (2013). *7 características del empresario exitoso*. Recuperado el 28 de Abril del 2018 de: <https://www.entrepreneur.com/article/268966>
- Gallego, J. (2013). *Las Pymes, el motor gripado de España*. Recuperado el 22 de Abril del 2018 de: <http://www.elmundo.es/economia/2013/11/26/52949b0068434137388b457d.html>
- Gallo, P. (2016). *Empresa familiar*. Recuperado el 28 de Abril del 2018 de: https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa_familiar
- Herrera, M. (2013). *Análisis de la problemática de sustentabilidad de las MYPES Chilenas*. P. 73. Recuperado el 26 de Abril del 2018 de: <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/900/1/Herrera%20Jara%2C%20Marjorie.pdf>
- Jiménez, R. y Castro, M. (2014). *Sistemas de Gestión de la Calidad – Un camino hacia la Satisfacción del Cliente – Parte I*. Recuperado el 04 de Mayo del

- 2018 de: <http://www.squalitas.com/site/article/sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i>
- Lazo, Y. (2008). *Formación, creciente y proyección de las MYPES*. Recuperado el 01 de Mayo del 2018 de: <http://www.monografias.com/trabajos58/formacion-mypes/formacion-mypes.shtml>
- Luna, J. (2017). *Las MYPES son el 96.5% de las empresas que hay en Perú. La web del Retail y los canales comerciales*. Recuperado el 26 de Abril del 2018 de: <https://www.peru-retail.com/pymes-empresas-peru/>
- Matos, R. (2010). *Sistema de gestión de calidad*. Recuperado el 03 de Mayo del 2018 de: <https://www.gestiopolis.com/sistemas-gestion-calidad/>
- Méndez, J. (2013). *Calidad y gestión del servicio al cliente*. Recuperado el 04 de Mayo del 2018 de: <https://www.gestiopolis.com/calidad-y-gestion-del-servicio-al-cliente/>
- Méndez, S. (2015). *¿Qué es la ISO 9001?*. Recuperado el 03 de Mayo del 2018 de: <http://www.normas9000.com/content/que-es-iso.aspx>
- Mendoza, J. (2010). *Historia de las MYPES*. Pág. 3. Recuperado el 15 de Abril del 2018 de: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Historia-De-Las-Mypes/477999.html>
- Pacheco, J. (2017). *Gestión del rendimiento: Conozca la clave de la administración moderna*. Recuperado el 04 de Mayo del 2018 de: <https://www.heflo.com/es/blog/gestion-de-empresas/gestion-del-rendimiento/>
- Pérez, R. y Ramírez, M. (2015). *¿Porque fracasan las MYPES en Colombia?*. Recuperado el 26 de Abril del 2018 de: <https://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958>
- Ramos, E. (2015). *Gestión documental y productividad organizacional en la micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta por menor de juguetes en el mercado del distrito de Chimbote, 2015*. Chimbote. Recuperado el 19 de mayo del 2018 de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041271>

- Rincón, R. (2005). *Modelo para la implantación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 900*. Recuperado el 09 de Mayo del 2018 de: <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidadeafit/article/download/947/852/>
- Ríos, W. (2013). *ISO 9001 calidad: Sistema de Gestión de Calidad según ISO 9000*. Recuperado el 03 de Mayo del 2018 de: <http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>
- Rodríguez, R. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro bodegas de la urbanización los granados del distrito de Trujillo, año 2016*. Trujillo. Recuperado el 20 de abril del 2018 de: http://erp.uladech.edu.pe/biblioteca_virtual/?ejemplar=00000045560
- Ruiz, C. (2016). *Tipos de servicio al cliente*. Recuperado el 05 de Mayo del 2018 de: <https://prezi.com/aalw12xvf6tr/tipos-de-servicio-al-cliente/>
- Salas, C. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las MYPES del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017*". Pucallpa. Recuperado el 20 de Abril del 2018 de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044826>
- Salazar, M. (2015). *Las MYPES son la mayor fuente de empleo en América latina*. RADIO: RPP noticias. Recuperado el 15 de Abril del 2018 de: <http://rpp.pe/economia/economia/oit-las-mype-son-la-mayor-fuente-de-empleo-en-america-latina-noticia-834270>
- Salazar, O. (2018). *Significado de gestión empresarial*. Recuperado el 04 de Mayo del 2018 de: <https://www.significados.com/gestion-empresarial/>
- Silvera, R. (2017). *La situación actual de las MYPES*. Columna profesional. Recuperado el 26 de Abril del 2018 de: <http://agenciasanluis.com/notas/2017/04/14/la-situación-actual-de-las-pymes/>
- Thompson, I. (2011). *El perfil del vendedor*. Recuperado el 04 de Mayo del 2018 de: <https://www.promonegocios.net/venta/perfil-vendedor.html>

- Toffel, M. (2016). *ISO 9001 Sistema de gestión de calidad*. Recuperado el 03 de Mayo del 2018 de: <http://www.lrqa.es/certificaciones/iso-9001-norma-calidad/>
- Torres, M. (2010). *Pymes: Problemas y ventajas de su desarrollo en el Perú. Noticiero contable*. Recuperado el 18 de Abril del 2018 de: <https://www.noticierocontable.com/pyme-problemas-y-ventajas-de-su-desarrollo-en-el-peru/>
- Turriate, A. (2017). *Gestión de calidad con el uso de las TIC'S en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro librería del distrito de Santa en el año 2016*". *Chimbote*. Recuperado el 10 de mayo del 2018 de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044946>
- Ugalde, A. (2016). *Perfil de un buen vendedor*. Recuperado el 04 de Mayo del 2018 de: <http://pymmerang.com/ventas-y-servicio/ventas/131-perfil-de-un-buen-vendedor>
- Vera, L. (2017). *50 ideas de negocio para emprender en solitario*. Recuperado el 18 de Abril del 2018 de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/08/16/emprendedores/150287_226089.html
- Villasante, J. (2011). *Ley MYPE, apunto de la formalización*. Recuperado el 18 de Abril del 2018 de: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/02/08/ley-mype-apuntando-a-la-formalización/>
- Vivar, J. (2016). *Las MYPES en Chimbote: ¿Cómo aceleramos el motor?*. *Periódico el Ferrol*. P.5. Recuperado el 26 de Abril del 2018 de: <http://www.elferrolchimbote.com/index.php/especiales/1414-las-mypes-en-chimbote-como-aceleramos-el-motor>

Anexos

Anexo 1 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. Elaboración de proyecto de tesis	X	X	X													
2. Presentación y aprobación de proyecto				X	X											
3. Ejecución de trabajo de campo						X	X									
4. Elaboración y presentación de resultados							X	X								
5. Elaboración de informe de tesis									X	X						
6. Evaluación anti plagio											X					
7. Revisión de informe de tesis por DTI												X				
8. Corrección estadística												X				
9. Corrección de estilo												X				
10. Envío a comisión de investigación/ DAR													X			
11. pre banca														X		
12. Empastado															X	
13. Sustentación																X

Anexo 2 Presupuesto

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Bienes de consumo:			
Papel bond	2 millares	15.00	30.00
Lapiceros	2 unidades	2.00	4.00
USB	1 unidad	25.00	25.00
Folder y fastener	5 unidades	1.00	5.00
Cuaderno	1 unidad	3.00	3.00
Otros	-	30.00	30.00
Total de bienes		76.00	97.00
Servicios:			
Pasajes	20	2.00	40.00
Impresiones	150 unidades	0.30	45.00
Copias	50 unidades	0.10	5.00
Internet	-	100.00	100.00
Anillados	3 unidades	15.00	45.00
Pago por asesoramiento	4 cuotas	375.00	1500.00
Matricula	1 unidad	300	300
Total de servicios		792.40	2035.00
Total general		868.4	2132.00

Anexo 3 Población y muestra

Se realizó mediante un sondeo.

N°	Razón social	Dirección
01	Juguetería	Jr. Leoncio Prado N° 624
02	Baruch Regalos	Jr. Leoncio Prado N° 642
03	El dorado	Jr. Elías Aguirre N° 344
04	Dpeques “Creciendo juntos”	Jr. Elías Aguirre N° 428
05	Asia Import	Jr. Elías Aguirre N° 475
06	La tienda del regalo	Jr. Elías Aguirre N° 549
07	Mi mundo de juguetes	Jr. Ladislao Espinar N° 469
08	Maternelle “Liz Katty y Bebe feliz”	Jr. Ladislao Espinar N° 551
09	Acquarella	Jr. Ladislao Espinar N° 565 A
10	Todo amor	Jr. Ladislao Espinar N° 705
11	La solución	Jr. Ladislao Espinar N° 708
12	La economía	Jr. Ladislao Espinar N° 757
13	Matzu	Jr. Alfonso Ugarte N° 609
14	El proyector	Jr. Alfonso Ugarte N° 665
15	Bazar	Jr. Alfonso Ugarte N° 765
16	El dorado	Jr. Alfonso Ugarte N° 770

Anexo 4 Cuestionario

CUESTIONARIO DE GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINITRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCION AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO RUBRO JUGUETERIAS, CENTRO DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE, 2017”; para obtener el título de licenciados en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. REFERENTE A LOS GERENTE O REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad.

- a. 18 - 30 años
- b. 31 - 50 años
- c. De 51 a mas

2. Género.

- a. Masculino
- b. Femenino

- 3. Grado de instrucción.**
- a. Sin instrucción
 - b. Primaria
 - c. Secundara
 - d. Superior no universitario
 - e. Superior Universitario

- 4. Cargo que desempeña.**
- a. Dueño
 - b. Administrador

- 5. Tiempo que desempeña en el cargo.**
- a. 0 a 3 años
 - b. 4 a 6 años
 - c. 7 años a mas

II. REFERENTE A LAS CARACTERISITCAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

- 6. Tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro.**
- a. 0 a 3 años
 - b. 4 a 6 años
 - c. 7 años a mas

- 7. Formalidad de la MYPE.**
- a. Formal
 - b. Informal

- 8. Número de trabajadores.**
- a. 1 a 5 Trabajadores
 - b. 6 a 10 trabajadores
 - c. 11 a más trabajadores

- 9. Personas que trabajan en la MYPE.**
- a. Familiares
 - b. Personas no familiares

- 10. Objetivo de creación.**
- a. Generar ganancia
 - b. Subsistencia

III. REFERENTE A LA VARIABLE GESTION DE CALIDAD EN ATENCION AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

- 11. ¿Está aplicando una gestión de calidad en su negocio?**
- a. Si
 - b. No
- 12. ¿Qué técnicas modernas de gestión de calidad usa en su negocio?**
- g. Benchmarking
 - h. Atención al cliente
 - i. Empowerment
 - j. Outsourcing
 - k. Otros
 - l. Ninguno
- 13. ¿Qué dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad?**
- a. Poca iniciativa
 - b. Aprendizaje lento
 - c. No se adapta a los cambios
 - d. Desconocimiento del puesto
 - e. Otros
- 14. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal utiliza?**
- a. La observación
 - b. La evaluación
 - c. Escala de puntuación
 - d. Evaluación 360°
 - e. Otros
- 15. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?**
- a. Si
 - b. No
- 16. ¿Conoce el término atención al cliente?**
- a. Si
 - b. No
- 17. ¿La atención que brinda a los clientes como lo considera?**
- a. Buena
 - b. Regular

c. Mala

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

a. Sí

b. No

c. A veces

19. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?

a. Clientes satisfechos

b. Fidelización de los clientes

c. Incremento en las ventas

d. Ninguno

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

a. Siempre

b. Nunca

c. A veces

21. ¿Cree usted que la empresa es eficiente cuando atienden y dan solución a los reclamos de los clientes?

a. Si

b. No

22. ¿Cree Ud. ¿Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?

a. Sí

b. No

Anexo 5 Tabulación de la encuesta

N°	Preguntas	Respuestas	Tabulación	F.A	F.R
01	Edad	18 - 30 años	IIII	4	25,0
		31 - 50 años	IIII III	10	62,5
		De 51 a mas	II	2	12,5
		Total	IIII III III I	16	100,0
02	Género	Masculino	IIII	5	31,2
		Femenino	IIII III I	11	68,8
		Total	IIII III III I	16	100,0
03	Grado de instrucción	Sin instrucción	-----	0	0,0
		Primaria	III	3	18,8
		Secundara	IIII	5	31,2
		Superior no universitario	IIII III	8	50,0
		Superior Universitario	0	0,0
		Total	IIII III III I	16	100,0
		04	Cargo que desempeña	Dueño	IIII III II
Administrador	IIII			4	25,0
Total	IIII III III I			16	100,0
05	Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años	III	3	18,8
		4 a 6 años	IIII	5	31,2
		7 años a más	IIII III	8	50,0
		Total	IIII III III I	16	100,0
06	Tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro	0 a 3 años	IIII	4	25,0
		4 a 6 años	IIII	5	31,2
		7 años a más	IIII II	7	43,8
		Total	IIII III III I	16	100,0
07	Formalidad de la MYPE	Formal	IIII III III I	16	100,0
		Informal	0	0,0
		Total	IIII III III I	16	100,0
08	Número de trabajadores	1 a 5 Trabajadores	IIII III I	11	68,8

		6 a 10 trabajadores	III	5	31,2
		11 a más trabajadores	0	0,0
		Total	III III III I	16	100,0
09	Personas que trabajan en la MYPE	Familiares	III I	6	37,5
		Personas no familiares	III III	10	62,5
		Total	III III III I	16	100,0
10	Objetivo de creación	Generar ganancia	III III I	11	68,8
		Subsistencia	III	5	31,2
		Total	III III III I	16	100,0
11	¿Está aplicando una gestión de calidad en su negocio?	Si	IIII	4	25,0
		No	III III II	12	75,0
		Total	III III III I	16	100,0
12	¿Qué técnicas modernas de gestión de calidad usa en su negocio?	Benchmarking	0	0,0
		Atención al cliente	III III	8	50,0
		Empowerment	IIII	4	25,0
		Outorsing	II	2	12,5
		Otros	0	0,0
		Ninguno	II	2	12,5
		Total	III III III I	16	100,0
13	¿Qué dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad?	Poca iniciativa	III I	6	37,5
		Aprendizaje lento	III	3	18,8
		No se adapta a los cambios	IIII	4	25,0
		Desconocimiento del puesto	I	1	6,2
		Otros	II	2	12,5
		Total	III III III I	16	100,0
14	¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal utiliza?	La observación	III III II	12	75,0
		La evaluación	III	3	18,8
		Escala de puntuación	-----	0	0,0
		Evaluación 360°	-----	0	0,0
		Otros	I	1	6,2

		Total	III III III I	16	100,0
15	¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	Sí	III III III I	16	100,0
		No	-----	0	0,0
		Total	III III III I	16	100,0
16	¿Conoce el término atención al cliente?	Sí	III III III I	16	100,0
		No	-----	0	0,0
		Total	III III III I	16	100,0
17	¿La atención que brinda a los clientes como lo considera?	Buena	IIII	4	25,0
		Regular	III III	10	62,5
		Mala	II	2	12,5
		Total	III III III I	16	100,0
18	¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	Sí	IIII	4	25,0
		No	III III	10	62,5
		A veces	II	2	12,5
		Total	III III III I	16	100,0
19	¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?	Clientes satisfechos	III	3	18,8
		Fidelización de los clientes	III	5	31,2
		Incremento en las ventas	III III	8	50,0
		Ninguno	0	0,0
		Total	III III III I	16	100,0
20	¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento?	Siempre	III	5	31,2
		Nunca	III	3	18,8
		A veces	III III	8	50,0
		Total	III III III I	16	100,0
21	¿Cree usted que la empresa es eficiente cuando atienden y dan solución a los reclamos de los clientes?	Sí	III III	10	62,5
		No	III I	6	37,5
		Total	III III III I	16	100,0
22	¿Cree Ud. ¿Qué la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?	Sí	III III II	12	75,0
		No	IIII	4	25,0
		Total	III III III I	16	100,0

Anexo 6 Figuras

1. Respecto a las características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017.

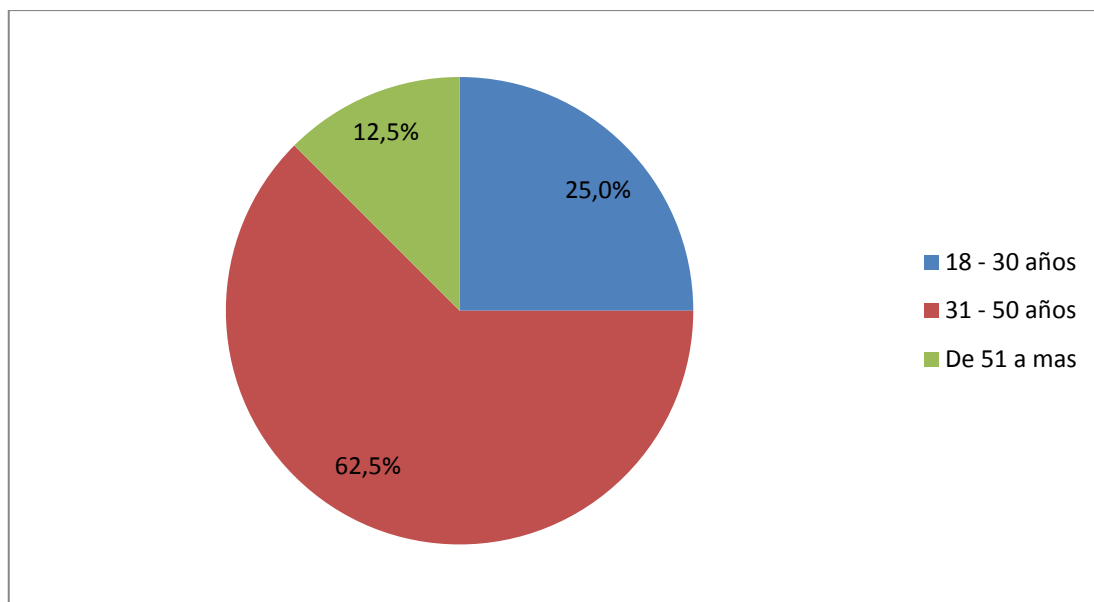


Figura 1. Edad

Fuente: Tabla 1

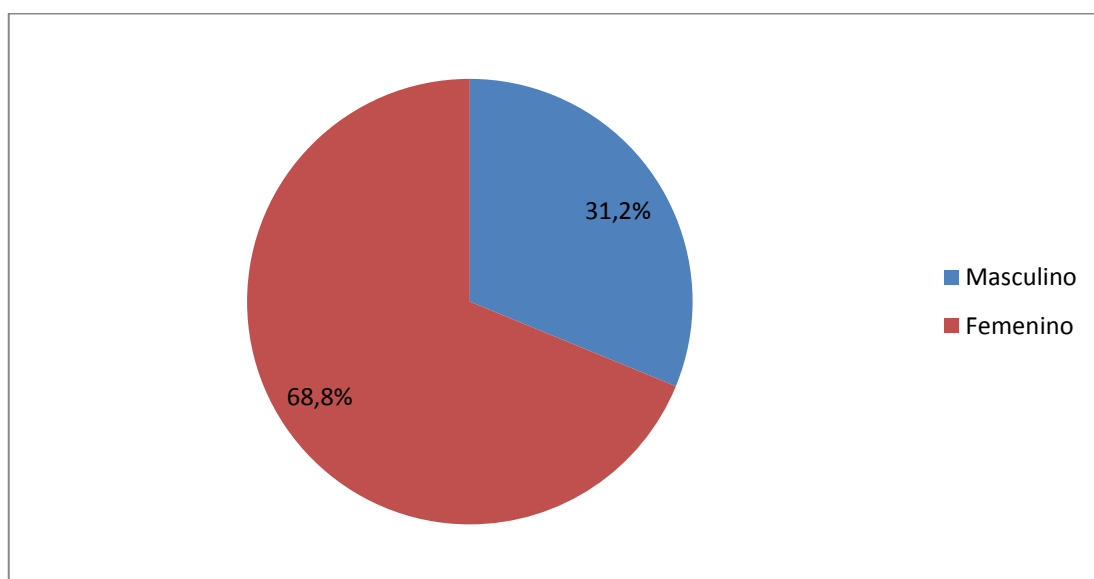


Figura 2. Género

Fuente: Tabla 1

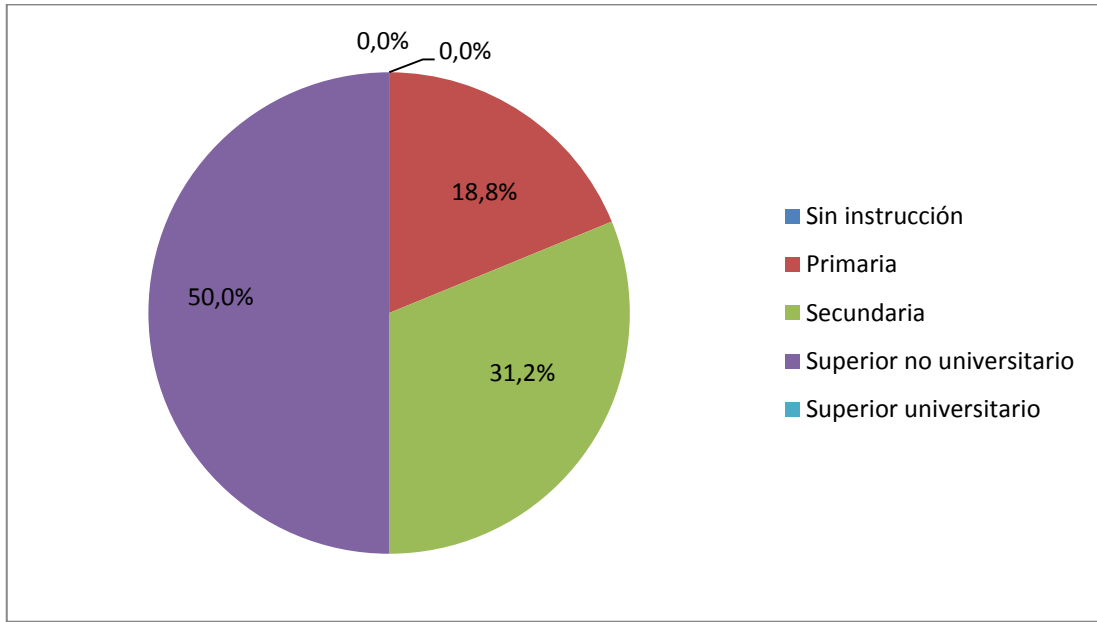


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

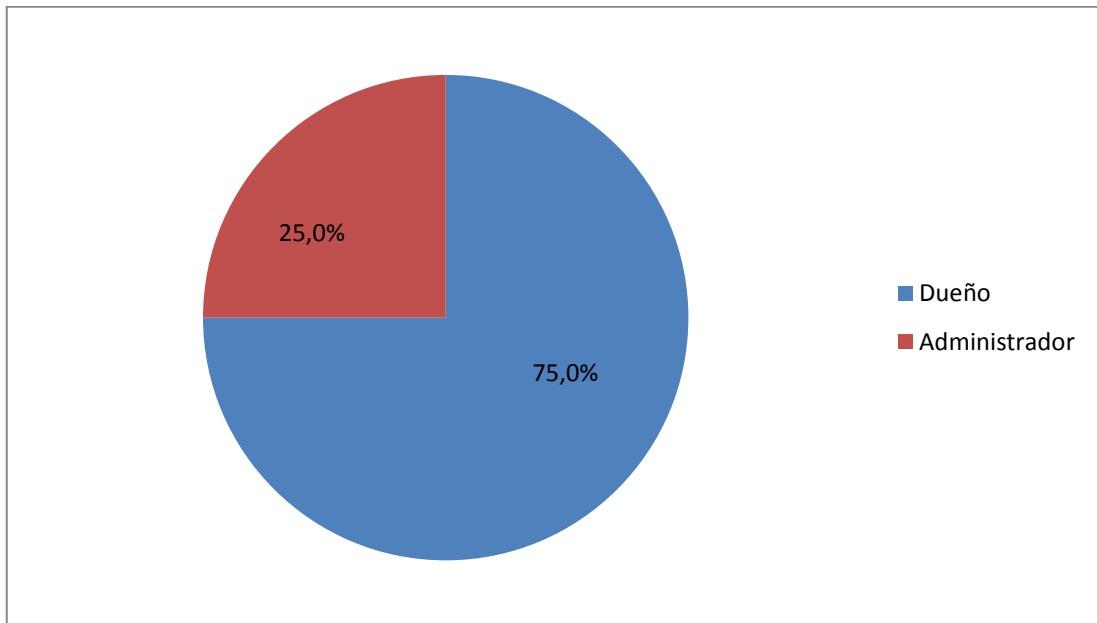


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

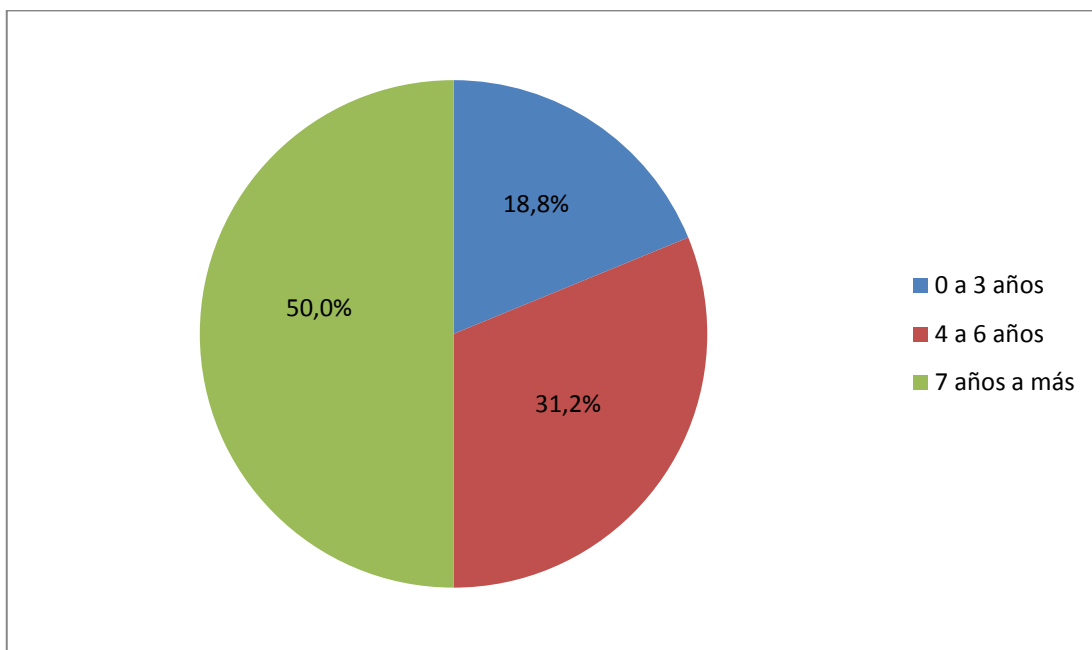


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente: Tabla 1

- Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad Chimbote, 2017.

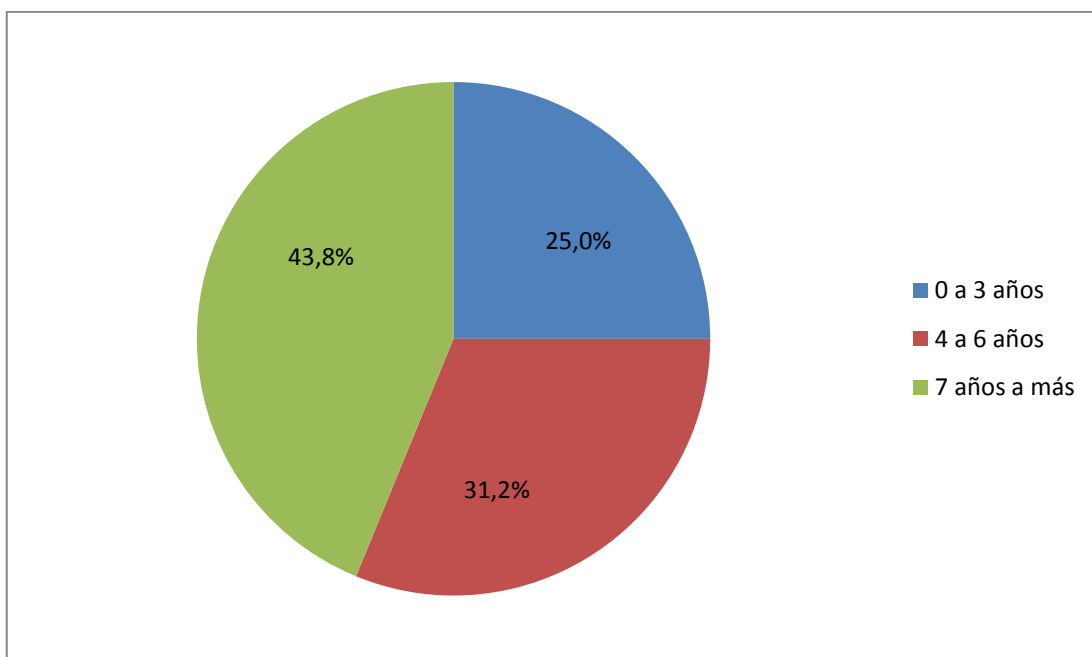


Figura 6. Tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro

Fuente: Tabla 2

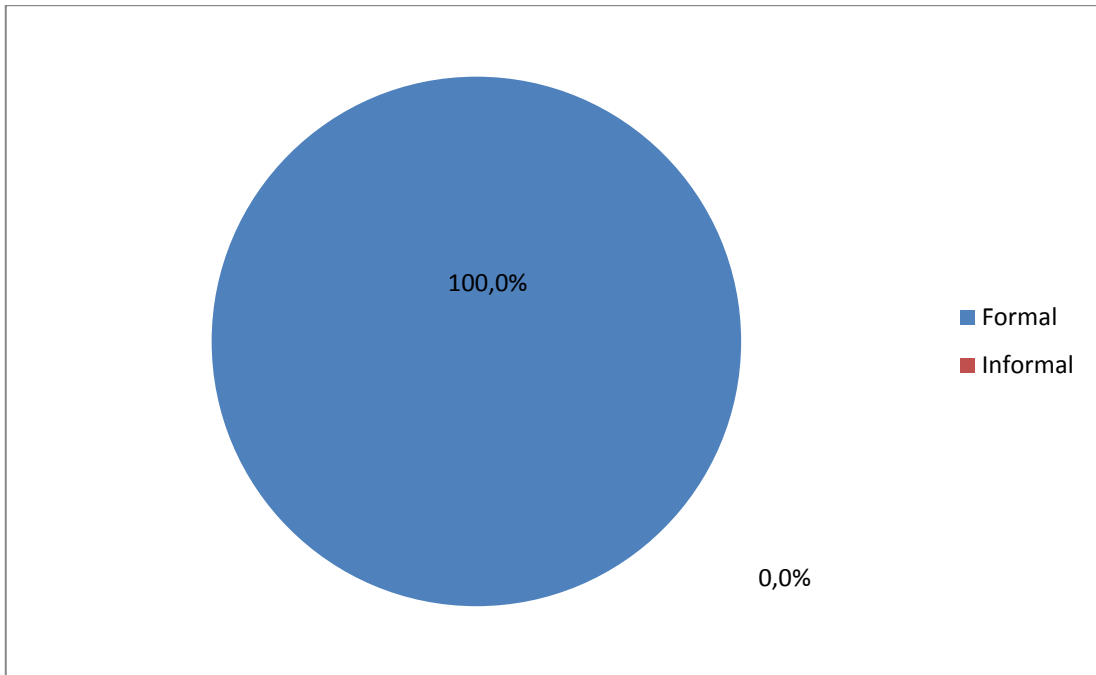


Figura 7. Formalidad de la MYPE

Fuente: Tabla 2

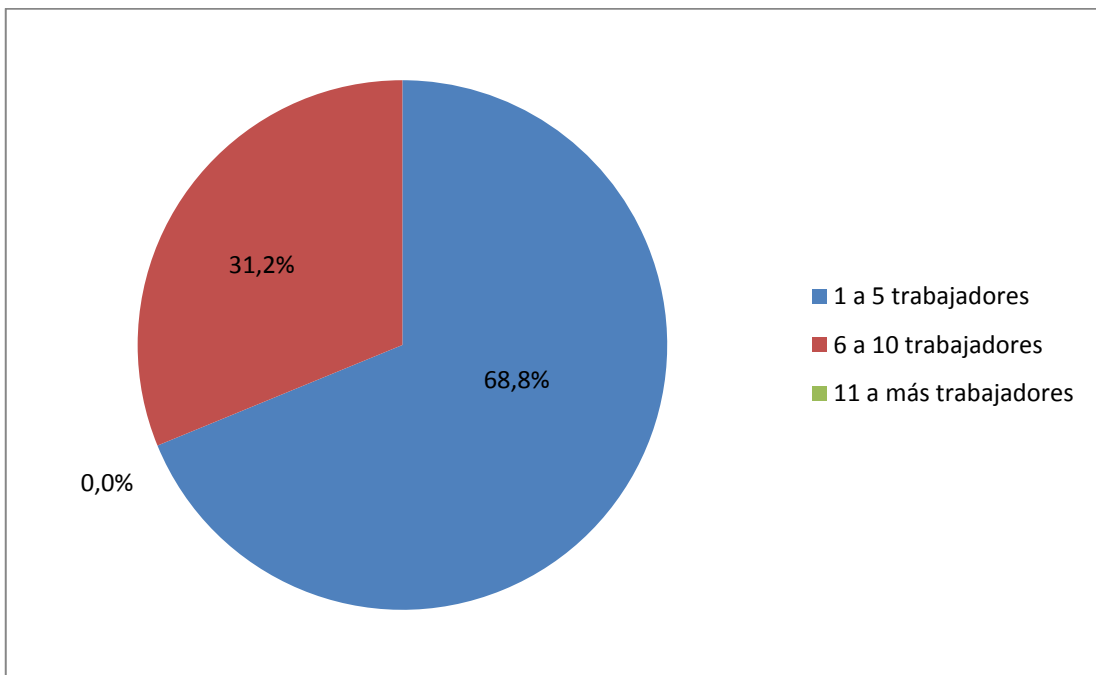


Figura 8. Número de trabajadores

Fuente: Tabla 2

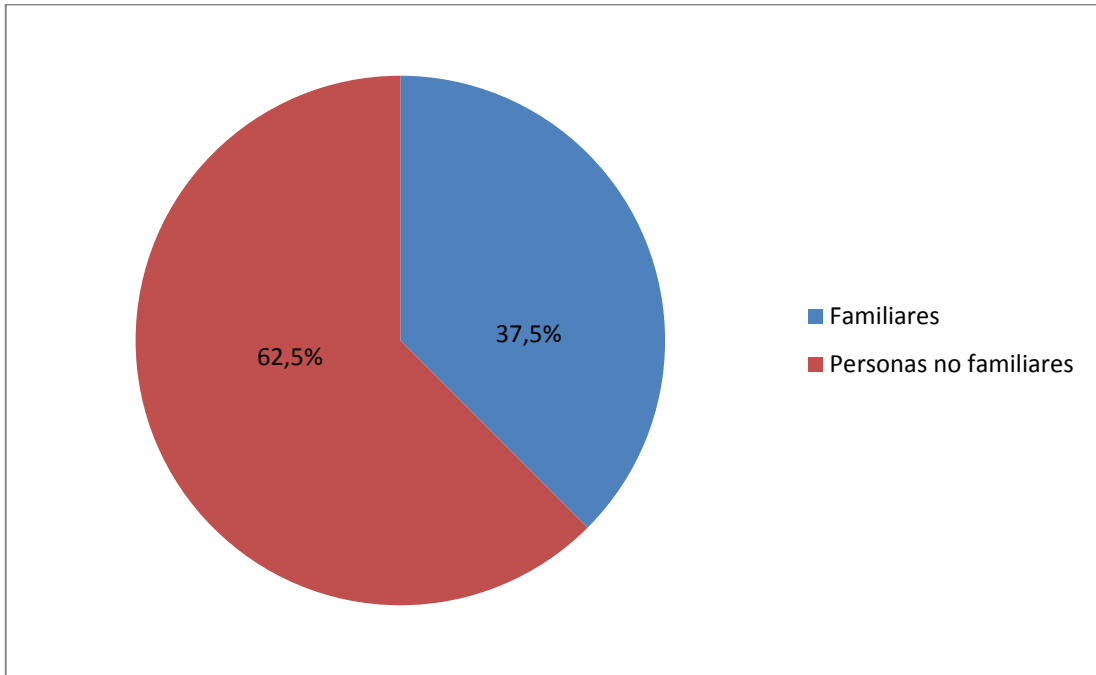


Figura 9. Personas que trabajan en la MYPE

Fuente: Tabla 2

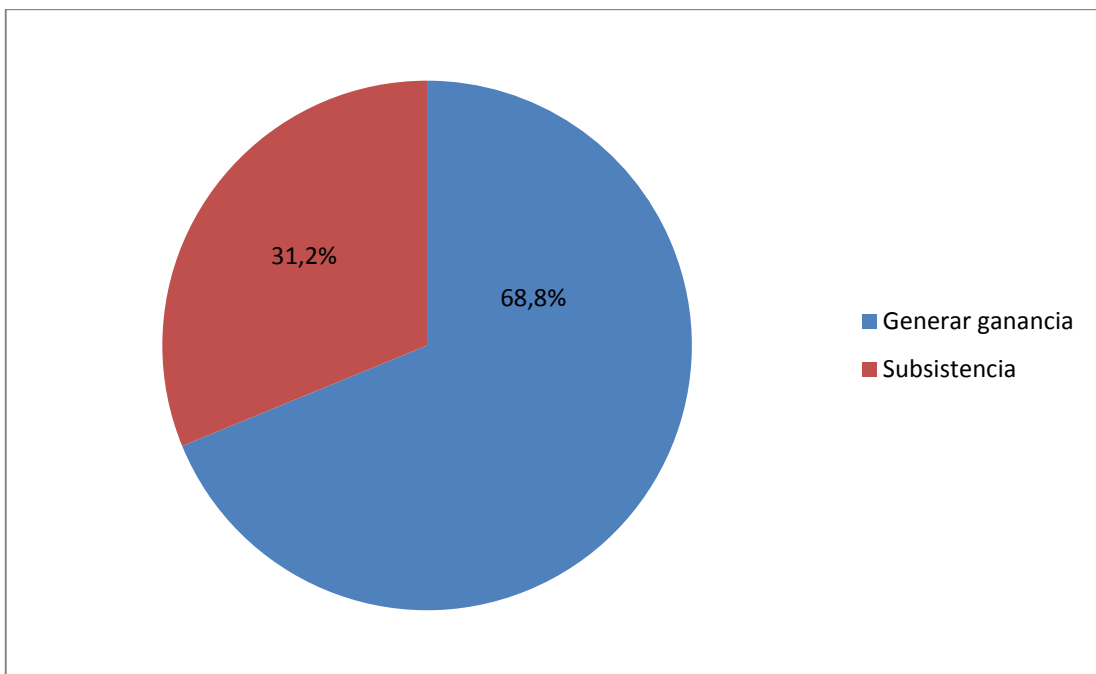


Figura 10. Objetivo de creación

Fuente: Tabla 2

3. Respecto a las características de una gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad Chimbote, 2017.

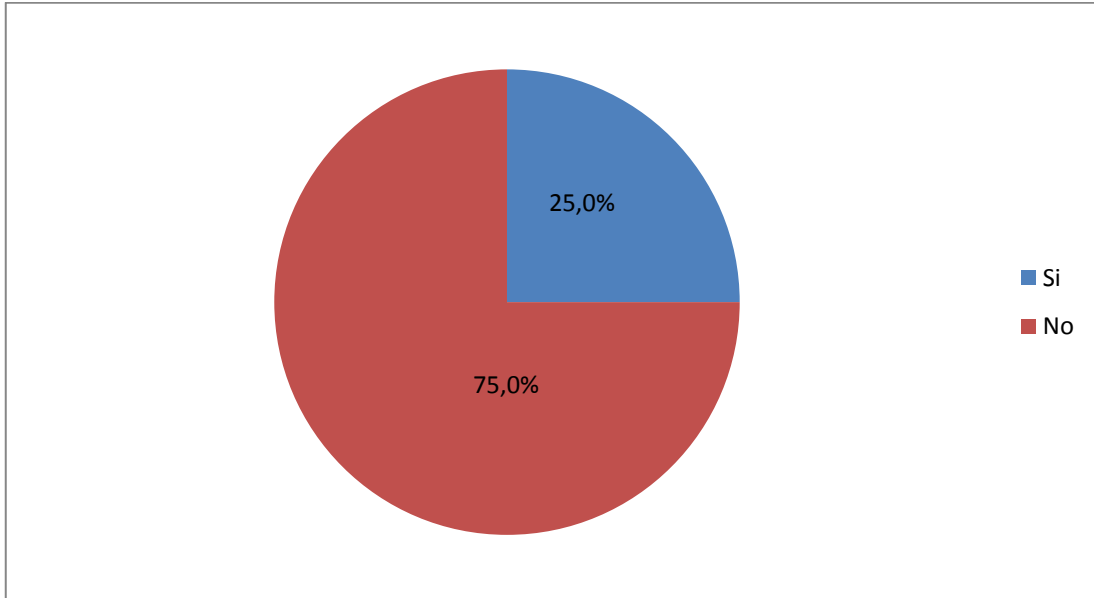


Figura 11. Aplicación de una gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

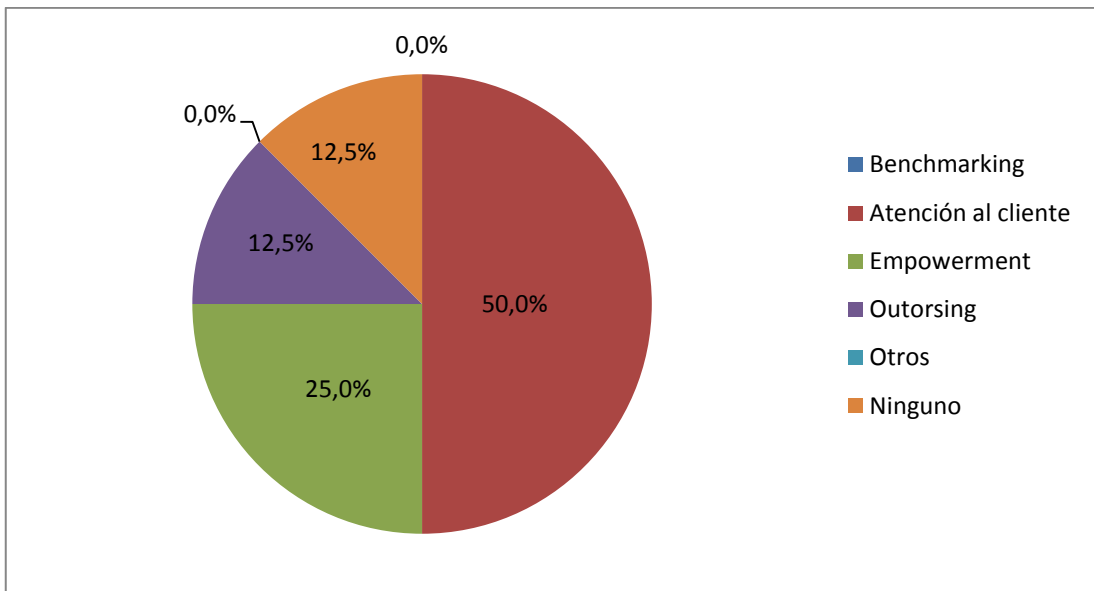


Figura 12. Técnicas modernas de gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

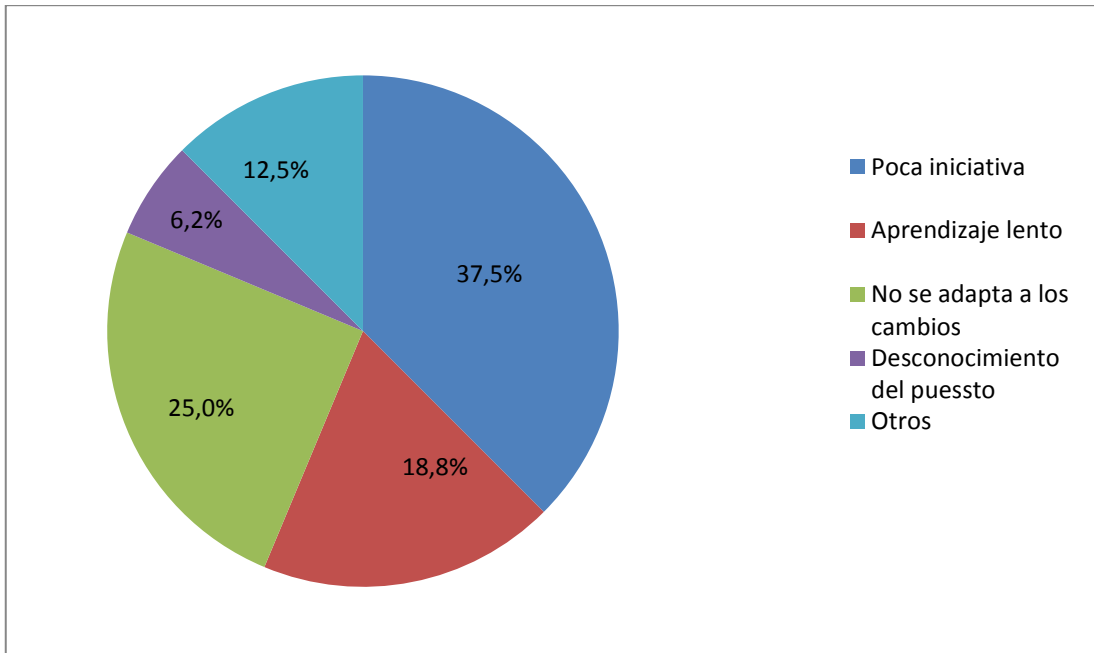


Figura 13. Dificultades para implantar la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

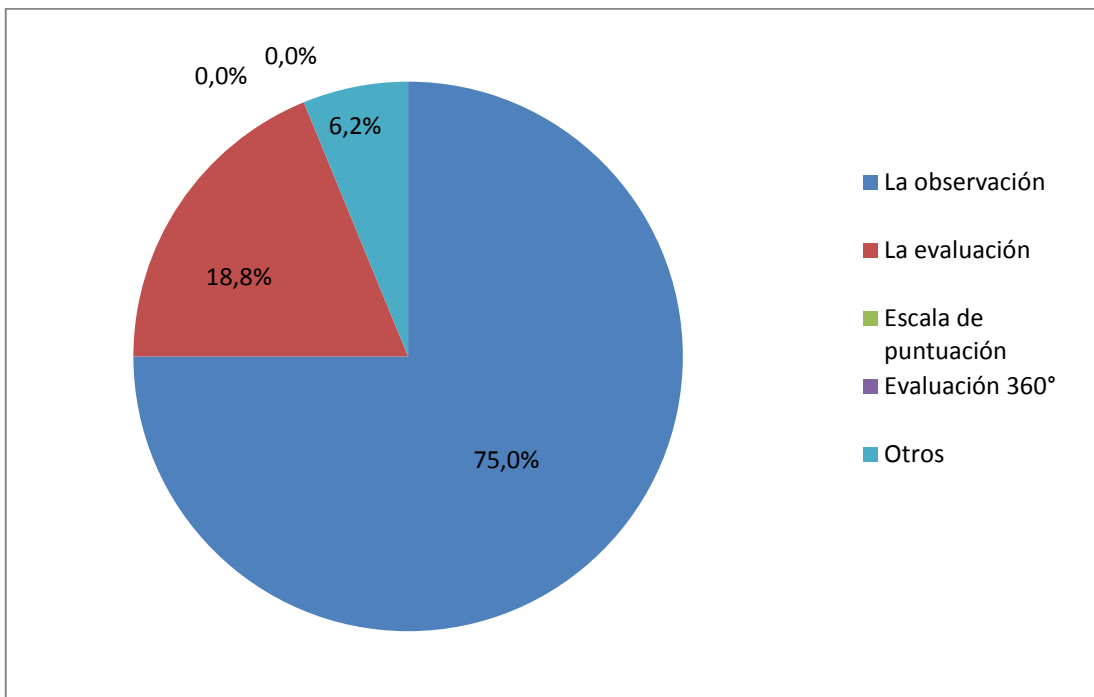


Figura 14. Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente: Tabla 3

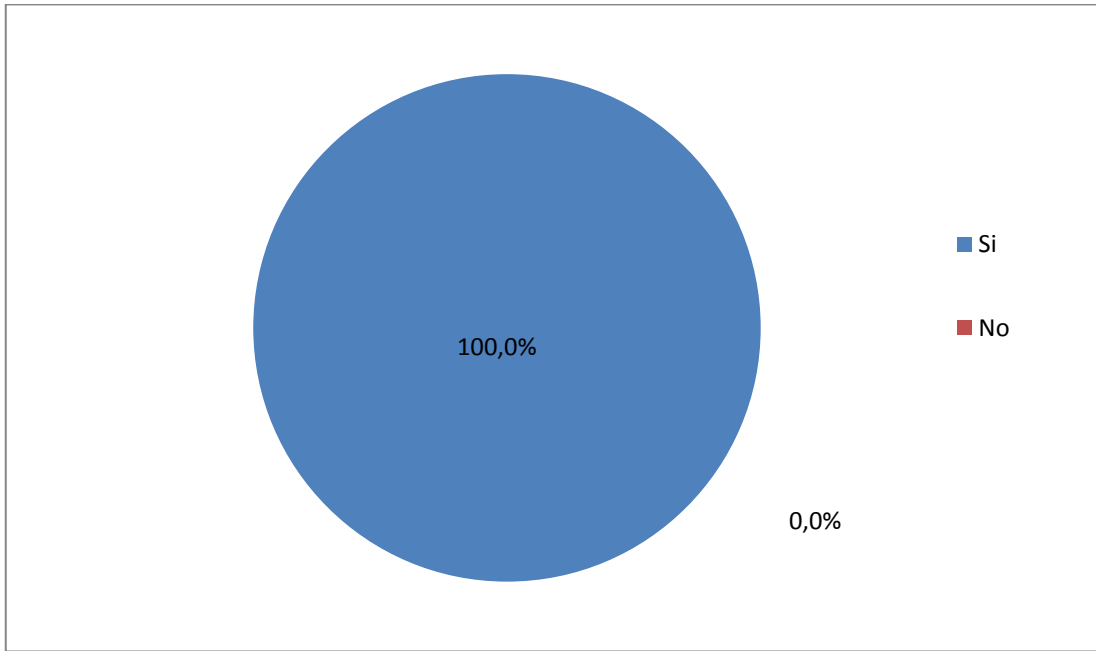


Figura 15. La gestión de calidad en el rendimiento del negocio

Fuente: Tabla 3

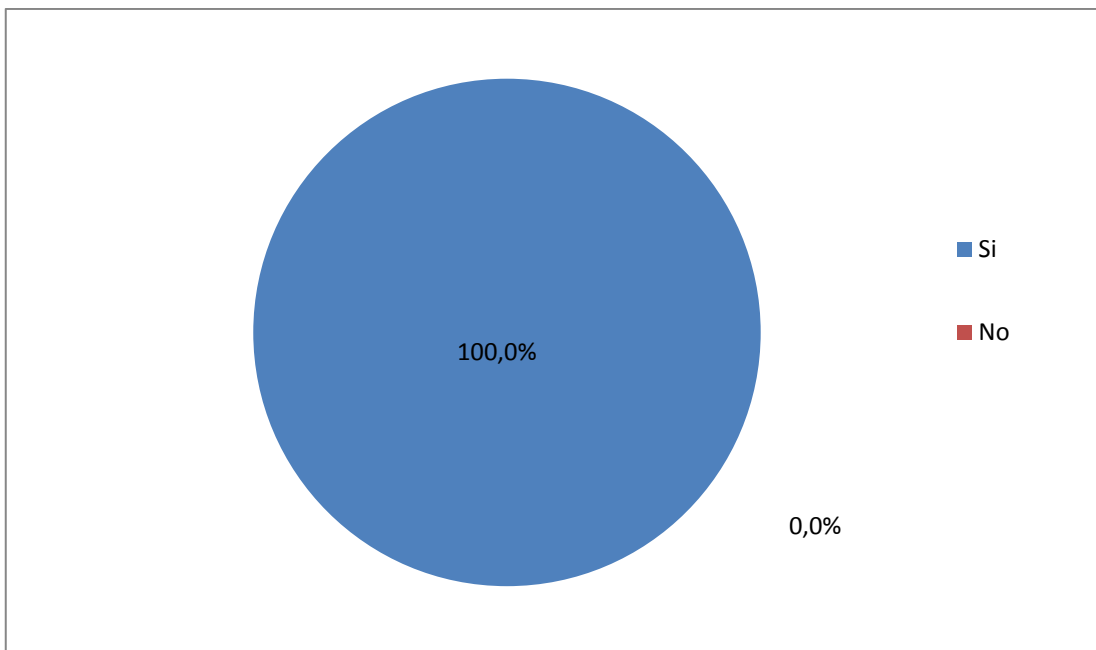


Figura 16. Término atención al cliente

Fuente: Tabla 3

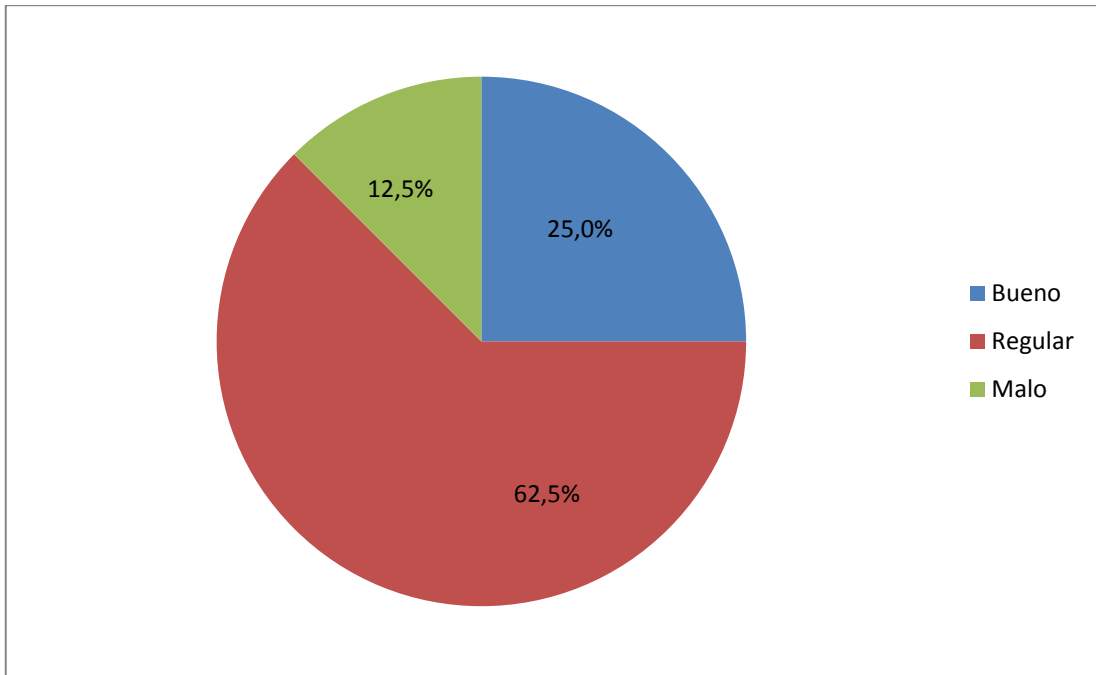


Figura 17. La atención a los clientes

Fuente: Tabla 3

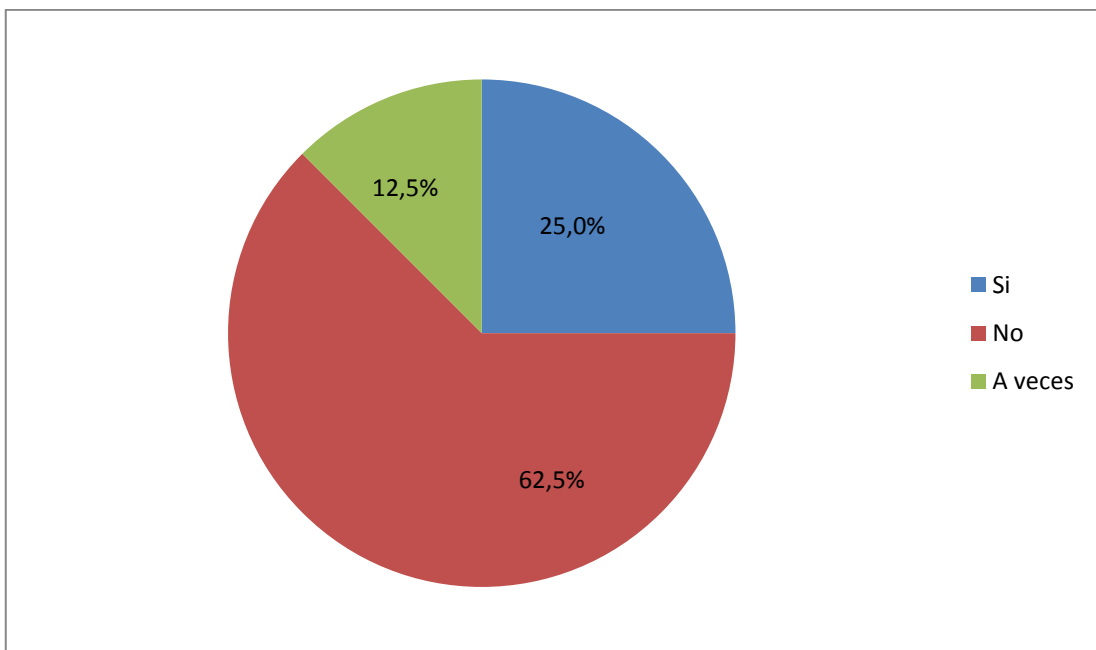


Figura 18. La gestión de calidad en el servicio que brinda

Fuente: Tabla 3

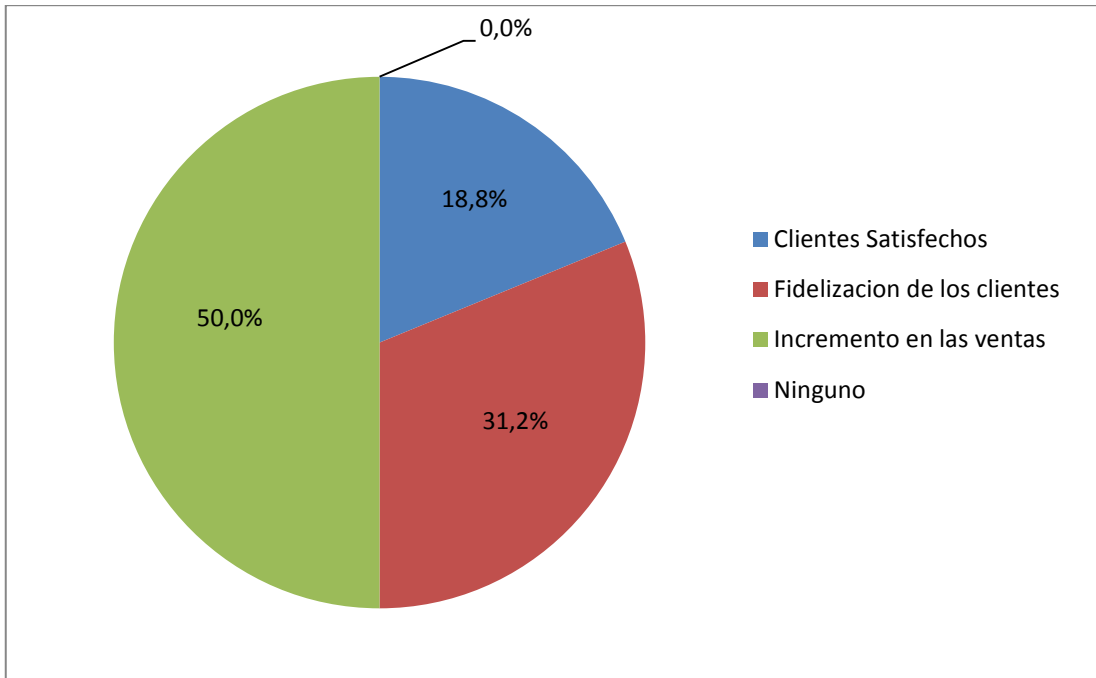


Figura 19. Resultados de una buena atención al cliente

Fuente: Tabla 3

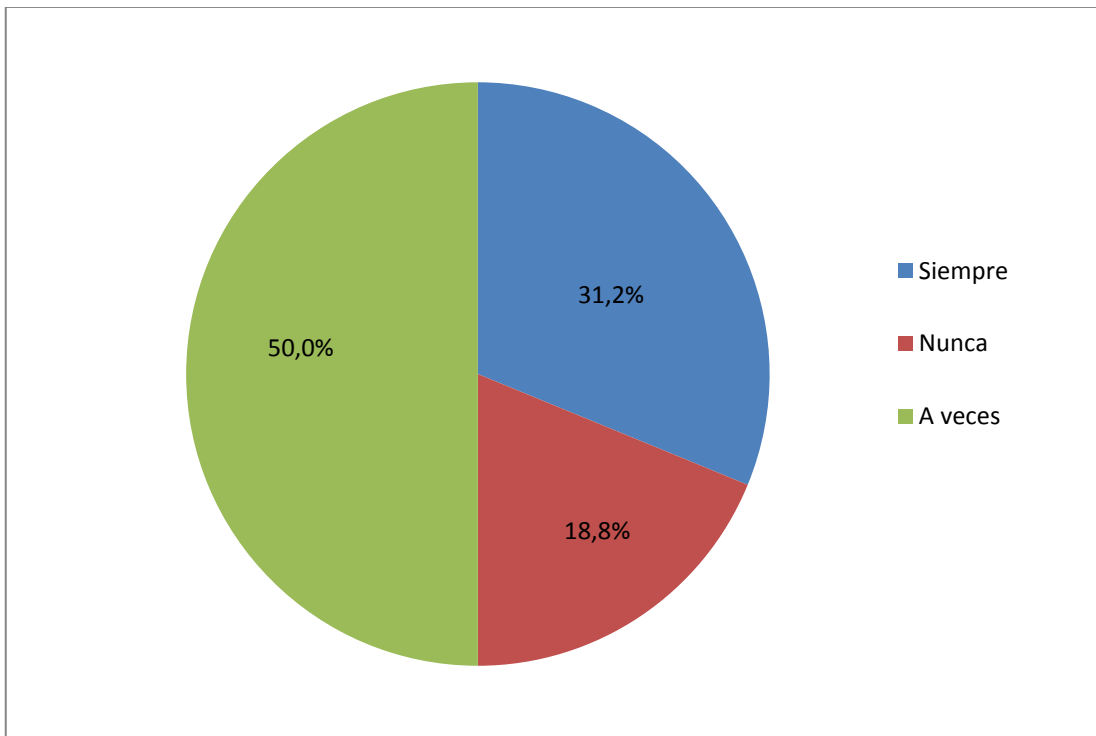


Figura 20. La buena atención al cliente para que regrese

Fuente: Tabla 3

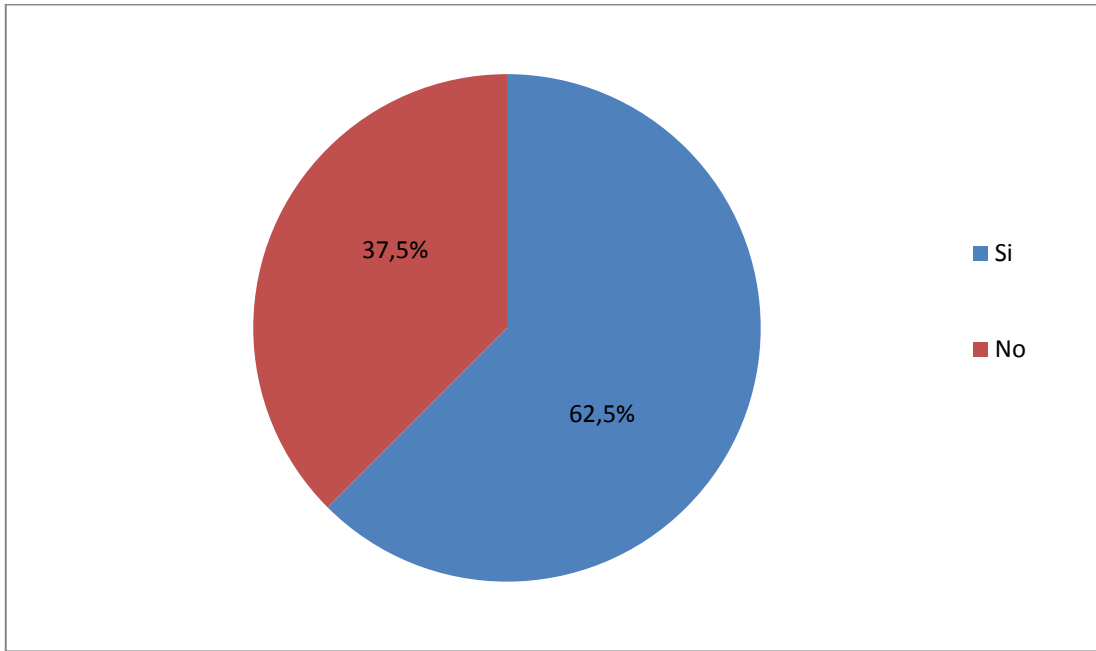


Figura 21. Solución a los reclamos de los clientes

Fuente: Tabla 3

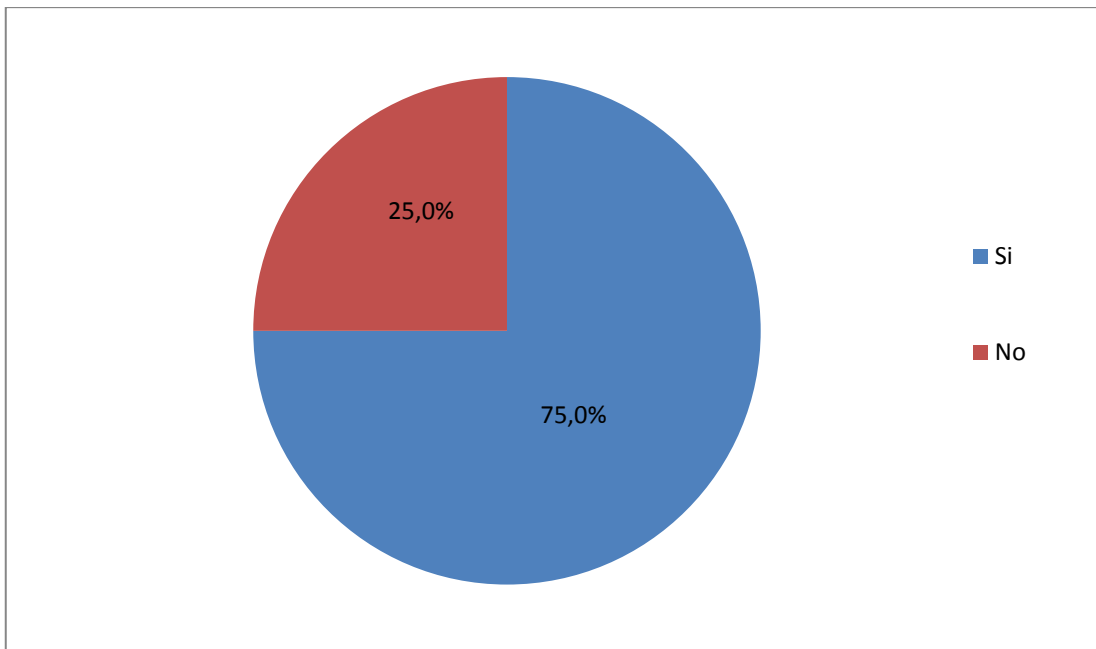


Figura 22. Posicionamiento de la empresa en el mercado

Fuente: Tabla 3