



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE
DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO DE CONFECCIÓN Y VENTA DE
UNIFORMES EN GENERAL DISTRITO DE NUEVO
CHIMBOTE, 2016.**

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

AUTORA:

Br. JULEYSI ODALY ACUÑA ROSALES

ASESOR:

Dr. REINERO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE-PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

Dr. Jose Germán Salinas Gamboa
Presidente

Mgtr. Miguel Angel Limo Vasquez
Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos
Miembro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ayudarme en este largo camino por haberme dado las fuerzas suficientes para superar mis obstáculos y dificultades que se presentaron a lo largo de mi vida universitaria.

A mi abuelita quien supo entenderme en todo momento, quien siempre me dio su hombro para su apoyo incondicional, a mis tías porque inspiran a seguir un ejemplo admirable, a mis padres por su apoyo moral cuando los necesite.

Al Doctor Reineiro Centurion y a la Magister Elida Estrada por su Incondicional apoyo durante la Elaboración de este proyecto.

DEDICATORIA

Antes que nada a Dios, por fortalecer mi fe en mi tesis, porque a pesar de todo me mantuvo firme para poder salir adelante ante toda adversidad que se pudo presentar, por ello, es que hoy me siento feliz de lo que pude hacer.

Con todo cariño y amor para mi familia quien siempre estuvo conmigo para poder lograr mis objetivos en mi vida, por ser mi motivo e inspiración, por apoyarme en todo lo que fue necesario en especial a mi abuelita Benedicta Doroteo.

En esta parte de mi vida me sirvió mucho sus lecciones e enseñanzas, su tiempo para poder ayudarme y poder culminar con mi tesis, por formarme como una persona de bien, hoy me siento comprometida con todos los retos de la vida, por eso dedico a cada uno de ellos estas páginas de mi tesis, en especial a la licenciada Elida Estrada.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro confección y venta de uniformes en general distrito de nuevo chimbote.2016. Fue de diseño No experimental – transversal. Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 100% conoce el termino gestión de Calidad. El 100% utilizàn las 5s como tècnicas de gestión de calidad. El 60% tienen dificultades para la implementación por el desconocimiento del puesto. El 100% cuenta con conocimientos y tècnicas que se debe brindar al cliente. El 100% aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. El 100% menciona que la gestión de calidad es fundamental para su regreso. El 70% menciona que brinda una buena atención al cliente. Se concluye que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro confección y ventas de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, 2016, conoce el termino gestión de calidad, conoce la técnica de las 5s, utilizà como técnica de medición de rendimiento a la observación, la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio y ayuda a alcanzar los objetivos del negocio y la mayoría relativa tiene dificultades para su implementación por falta de desconocimiento al puesto.

Palabras clave: Atención al Cliente, Calidad, Comercio, Gestión, Mircro Empresas, Pequeñas Empresas.

ABSTRACT

The present research work had as general objective to determine the main characteristics of the quality management in customer service in the micro and small companies trade sector, clothing manufacturing and sale of uniforms in general Nuevo Chimbote District. 2016, It was non - experimental - transverse design. A sample population of 10 Micro and Small companies was used to gather information. A questionnaire of 23 questions was used, using the survey technique, obtaining the following results: 100% knows the term Quality Management. 100% use the 5s as quality management techniques. 60% have difficulty in implementation due to lack of knowledge of the position. 100% has the knowledge and techniques that must be provided to the customer. 100% apply the Quality Management in the service it provides to its customers. 100% mentions that quality management is fundamental for their return. 70% mentioned that it provides a good customer service. It is concluded that all of the representatives of the micro and small companies in the commerce sector, manufacturing and sales of uniforms in general, district of Nuevo Chimbote, 2016, knows the term Quality Management, knows the technique of the 5s, uses as technique from performance measurement to observation, quality management improves business performance and helps to achieve business objectives and the relative majority has difficulty implementing it due to lack of knowledge of the position.

Keyword: Customer Service, Quality, Commerce, Management, Micro Companies, Small Businesses.

CONTENIDO

Título de la Tesis.....	i
Hoja de Firma del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Resumen	v
Abstrac	vi
Indice de tablas y figuras.....	vii
I. Introducción	1
II. Revisión de Literatura.....	7
2.1 Antecedentes.....	7
2.2 Bases Teóricas.....	13
2.3 Marco Conceptual.....	28
III. Hipótesis.....	34
IV. Metodología.....	35
4.1. Diseño de la Investigación	35
4.2. Población y Muestra.....	35
4.3. Definición y Operacionalización de datos.....	36
4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	36
4.5. Plan de Análisis.....	37
4.6. Matriz de Consistencia.....	38
4.7. Principios éticos.....	39
V.Resultado.....	40
5 .1 Resultado.....	40
5.2 Análisis de Resultado.....	44
VI. Conclusiones y Recomendaciones.....	52
Referencia.....	54
Anexo.....	58

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Índice de Tablas:

Tabla 01. características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote,2016.....	40
Tabla 02. características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote 2016.....	41
Tabla 03. Referente a la variable gestión de calidad en la atención al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.....	42

Índice de Figuras:

Figura 1. Edad del Representante.....	67
Figura 2. Género del Representante	67
Figura 3. Grado de Instrucción.....	67
Figura 4. Cargo que Desempeñan.....	67
Figura 5. Tiempo que Desempeña en el cargo.....	68
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el Rubro.....	68
Figura 7. Número de Trabajadores.....	69
Figura 8. Los Trabajadores.....	69
Figura 9. El Objetivo de la Creación de su Empresa.....	70
Figura 10. Conoce el Término Gestión de Calidad.....	70
Figura 11. Técnicas Modernas de Gestión de Calidad Conoce.....	71
Figura 12. Dificultades que Encuentra para la Implementación De Gestión de calidad.....	71
Figura 13. Técnicas para Medir el Rendimiento del Personal.....	72

Índice de Figuras (Anexos):

Figura 14. La Gestión de calidad mejora el rendimiento del Negocio.....	72
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos del negocio	73
Figura 16. conoce el término atención al cliente.....	73
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda A sus clientes.....	74
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento.....	74
Figura 19. La atención que brinda a los clientes.....	75
Figura 20. Considera usted que se está dando una mala atención al cliente.....	75
Figura 21. aplica las técnicas modernas de atención al Cliente dentro de su microempresa.....	76
Figura 22. la empresa es eficiente cuando atiende y da solución A los reclamos de los clientes.....	76
Figura 23. La atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en El mercado.....	77

I. INTRODUCCIÓN

La economía en la que actualmente están pasando las diferentes micro y pequeñas empresas de nuestro país son por la consecuencia de la demanda sobre materia prima, la corrupción por el poder, la inseguridad y además el desempleo, la cual ha provocado que enfrenten una serie de obstáculos en la sociedad; la gestión de calidad es una de las herramientas que le ha permitido a cualquier micro y pequeña empresa a planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión fijada, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad para la satisfacción de los clientes. La atención al cliente se ha vuelto necesario en nuestra sociedad a causa por las diversas necesidades que tienen; pero muchas de estas empresas no saben tratar a la clientela sea por falta de conocimiento u orientación por parte del estado; no obstante se conoce que las grandes empresas de hoy empezaron como pequeñas empresas ayer.

Hoy en día las micro y pequeña empresa son la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extinción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Estas empresas surgen de la necesidad a raíz de la cual muchos empresarios no cuentan adicionalmente con un conocimiento teórico acerca de la gestión de calidad menos aun de atención al cliente siendo fundamental para su progreso en su empresa, estas pequeñas empresas generan sus propios ingresos diarios de acuerdo a su producción, y para ello recurren a la creación de un negocio no estable pero con el fin de auto emplearse y emplear a sus familiares por las diversas necesidades que se presentan en el día a día.

Por este motivo la atención al cliente es una parte muy importante de cualquier negocio, cumplir sus exigencias de hoy en día cuesta mucho, las micro y pequeñas empresas de confección de uniformes en general buscan el perfeccionismo del producto es necesario que realicen una gestión de calidad en el enfoque del cliente teniendo mejoras organizacionales para su empresa y así puedan ir identificando los problemas que suceden en la parte administrativa dándoles soluciones a los problemas, y así puedan obtener una empresa competitiva que satisfaga la necesidad de su cliente en el mercado local, haciéndose fuerte y generando más empleo a más jóvenes del entorno, lo cual a la vez también se espera que el estado ayude más a estas micro y pequeñas empresas que surgen en la sociedad de una manera difícil a causa de diversas exigencias que se presentan.

Hoy en día en muchos países como España, desde que comenzó la crisis muchas familias han optado con crear su propia empresa. Las empresas familiares se posicionan como una opción para el empleo en España; sin embargo, tienen que enfrentarse a una serie de problemas que dificultan su actividad por la mala atención al cliente, problemas legales, o una mala gestión de calidad en el servicio. Así mismo lo que este país está pasando hoy en día es una fuerte crisis económica a raíz de los atentados, política y racismo donde muchos de los negocios han bajado enormemente las ventas y ha provocado la caída en las tiendas de ropa de los centros comerciales más populares del país ya que disminuyen el personal o no contratan a las personas correctamente preparadas para la área correspondiente donde indudablemente provoca el rechazo de la clientela. (Cancela, Sánchez, Gandón y Rey 2015). En Italia, la evolución actual de las pymes italianas se caracteriza por los profundos problemas y constantes cambios que se observan en sus procesos de organización, Atención al cliente, producción y comercialización, sobre una base de pragmatismo que tiende a representar a la tercerización, con la progresiva externalización de numerosas actividades de servicios necesarios no tienen un rendimiento satisfactorio en la gestión de calidad. Por lo que en Italia muchos de las pymes que recién sobresalen tienen que pagar demasiados impuestos al gobierno para que puedan formalizarse, esto provoca a que estas pymes trabajen de una manera menos eficiente y produzcan de baja calidad sus prendas (Mora, 2010).

En Panamá se encuentra la producción eficaz y competitiva de prestación de servicio de confección, esto es algo que hemos escuchado siempre, pero de igual forma también nos hemos acostumbrado tener la percepción de contar con una mala calidad de atención al cliente, ya sea por falta de visión empresarial, por falta de disposición del trabajador o por falta de cultura general en la gestión de calidad. A la vez Panamá es un país donde las pymes sobresalen porque venden al por mayor sus productos a un precio envidiable, venden productos de imitación que son de marcas reconocidas y muy caras a un precio que está al alcance de muchos comerciantes a nivel mundial que llevan a sus diferentes países para venderlas a un precio incomparable, si bien no trabajan con una excelente calidad en el producto sus modelos presentados son muy diferenciados por ser de diseñadores muy reconocidos (Solís, 2011).

En Colombia, El mayor nivel de ventas de la pyme colombiana se da a través de los canales de distribución, debido a la escasa capacidad de abastecimiento de los mercados por atender, a la poca infraestructura y al desconocimiento de los lugares a donde se dirigen los clientes, la atención, la falta de calidad que demandan sus productos o servicios. Por esta razón creo que las mypes de ropa en Colombia sobresalen poco ya que la infraestructura comercial de este país que tiene no es muy recomendada y no ayuda a que muchas de estas micro y pequeñas empresas sobresalgan en sus ventas, lo que ha sabido destacar dentro del mismo país es la moda por la confección, moda que copian de diseñadores para producir ropa muy moderna y al alcance accesible del público, trata de implementar la moda a través de canales de distribución via web, no utilizan una calidad de primera en la producción y menos aun en atención al público ya que la misma economía del país hace que trabajen informalmente.(Vega, Castaño,Mora 2011).

En nuestro Perú, El problema que afrontan las pyme es que está sufriendo con la ausencia de la tecnología, es casi imposible el desarrollo de las empresas de cualquier tipo y con mayor razón de las micro y pequeñas empresas si es que la mala atención, tecnología e innovación no están activamente presentes en la vida cotidiana de la empresa. Si esta no investiga o no está vinculada a la investigación científica es imposible la creación y aplicación de nuevas tecnologías para su desarrollo; es decir, es imposible la conquista de más y mejores mercados. En ese sentido, las universidades tienen un rol protagónico en la promoción y desarrollo de las pyme en el Perú. así mismo hoy en día en el país es muy difícil sobresalir como mype por que no hay apoyo por parte del gobierno los requisitos que solicitan suelen ser demasiados costosos y esto hace que muchos de las micro y pequeñas empresas trabajen informalmente provocando, la informalidad en la atención al cliente por que no les brindan una seguridad al momento de la compra más aun esto provoca que confeccionen los productos de una pésima calidad, este tipo de actos ilegales hace que sean competencia directa con muchos comerciantes formalizados que luchan día a día por conseguir nuevos clientes. (Berckemeyer, 2014).

En Ancash, las MYPE en la región presentan una deficiente organización a nivel empresarial que involucra aspectos económicos, financieros, de gestión y administrativos, que impide el desarrollo de experiencias asociativas de tipo gremial y empresarial. Así mismo, la escasa capacitación de la micro y pequeñas empresas sobre atención al cliente, no les permite tener capacidad competitiva frente a sus competidores, estas limitan en la mayoría de los casos porque los mismo microempresarios tienen poca valoración a la capacitación y desarrollo empresarial. No obstante en Ancash la economía es un factor clave para su desarrollo y lamentablemente los últimos gobernantes de la región nos han mandado al hundimiento casi extremo, la situación actual es de la informalidad de muchos comerciantes y suele ser apoyado por autoridades y esto demanda a que muchas micro y pequeñas empresas que están tratando de sobresalir bajen las ventas por estos actos que no son lo adecuado. (Saldaña, 2014).

En la localidad de Nuevo Chimbote donde se va a desarrollar el trabajo de investigación existen micro y pequeñas empresas dedicadas a la confección y venta de uniformes escolares en general, actualmente se está viendo en las micro y pequeñas empresas una mala gestión de calidad en atención al cliente por la falta de orientación e información necesaria de la importancia de los clientes. A la vez muchas de estas empresarios tienen una instrucción de cómo debe ser el trato al cliente trabajan por trabajar o producir por cantidad sin importar si el producto está bien terminado, no hay apoyo por parte del alcalde, muchas de estas micro y pequeñas empresas la exigencia es muy notoria, las visitas por parte de la municipalidad y el cumplimiento de los pagos de acuerdo a lo establecido suelen subir cada cierto periodo y esto dificulta a su desarrollo de las micro y pequeñas empresas en la localidad. Por lo tanto se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro confección y venta de uniformes en general distrito de Nuevo Chimbote, 2016?

Para responder esta pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro confección y venta de uniformes en general distrito de Nuevo Chimbote, 2016. Y los siguientes objetivos específicos:

Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección y venta de uniformes en general distrito de nuevo chimbote ,2016.

Determinar las principales características de la micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro confección y venta de uniformes en general distrito de nuevo chimbote ,2016.

Determina los principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro confección y venta de uniformes en general distrito de nuevo chimbote ,2016.

La presente investigación se justifica porque nos permitirá conocer la importancia de la gestión de calidad en Las micro y pequeñas empresas del rubro confección y venta de uniformes en general. Además de utilizar la mejora en la atención al cliente por que forman una gran importancia dentro de un círculo de comercio en el Perú. Ya que ahora las micro y pequeña empresa son un segmento importante en la generación de empleo.

En nuestro país, es necesario conocer los comportamientos de las micro y pequeñas empresas en el sector comercio ya que han cambiado mucho en estos últimos años con ayuda de la tecnología, es por ello que se realizán grandes esfuerzos para que ellas puedan acceder a las necesidades del cliente para que de esta manera puedan surgir y combatir la pobreza. De tal modo que se va a conocer las características de las Micro y pequeñas empresa sector comercio, rubro confección y venta de uniformes los puntos fuertes y débiles y enfocarnos en ellos para poder adaptarse a las necesidades de sus clientes ya sea en cuanto a calidad en la atención del cliente, eficiencia o servicio que brindan a los consumidores.

Es por ello que los representantes de las micro y pequeñas empresas deben mejorar la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes, ya que no es cuestión de elección, la vida de la organización depende de ello. No obstante les permitira mantenerse en el mercado, por eso es necesario mejorar continuamente y enfocándose hacia la calidad de servicios, haciendo que esta actitud sea un factor que prevalezca en todas las micro y pequeñas empresas.

Dentro de esta investigación se podrá conocer cómo mantener una organización en el mercado, ya que es necesario entre otras cosas mejorar continuamente el lugar de trabajo, enfocándolo hacia la calidad de bienes y servicios, haciendo que esta actitud sea un factor de favorecimiento en todas lo propuesto por la micro y pequeñas empresa, por eso esta investigación se realizó con el objetivo de que los representantes no carezcan de información y obtengan datos para poder evaluar el comportamiento en la organización y puedan disponer de tecnologías con el uso de software para hacer más eficiente el trabajo y con esto brindar una mejor y mayor gestión de calidad en el atención al cliente.

Finalmente se justifica esta investigación por que permitirá obtener la información de la buena atención al cliente que se apliquen en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro confección y venta de uniformes en general, puesto que la información de la presente investigación son relevantes en una adecuada gestión de calidad, eficiencia para su personal y para su empresa.

II. REVISIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Antecedentes

Vílchez (2013) en su trabajo de investigación titulado: “*Gestión de calidad y rentabilidad de las mypes comerciales rubro confección de ropa en la provincia de Sullana (Piura) año 2012*”, cuyo objetivo general es analizar el efecto de la gestión de calidad en la rentabilidad de las MYPES comerciales rubro confección de ropa de la provincia de Sullana (Piura) año 2012, y obtuvo los siguientes resultados: El 87 % considera que existe seguridad interior del establecimiento comercial. El 53% han recibido capacitación para poder brindar un mejor servicio de calidad. El 67 % de los clientes internos encuestados afirma trabajar con una motivación constante en su centro de trabajo. El 87 % de los clientes internos no están comprometidos con los objetivos de la empresa, ya que según señalan no son tomadas en cuenta sus opiniones en la toma de decisiones. El 93% de los administradores de las mypes rubro confecciones de ropa tienen el poder de liderar e influir sobre su personal. El 60 % de los empleados afirma tener muy buena relación. El 67% desconoce sobre el tema de gestión de calidad. El 53 % de los negocios de ropa no cuenta con liquidez para cubrir sus gastos. El 60% señala que solventa muy bien sus gastos a corto y largo plazo. El 60% de los negocios de confecciones de ropa en la provincia de Sullana afirma haber realizado un análisis económico y financiero para determinar su verdadera situación económica y financiera. Se concluyó que la gestión de calidad en la rentabilidad, se puede afirmar que la rentabilidad obtenida por las Mypes comerciales rubro confecciones de ropa está siendo afectada por una mala gestión de calidad, la cual es generada en gran parte por la escasa capacitación de los gerentes o dueños sobre gestión de calidad. Al identificar los factores en la gestión de calidad, la escasa capacitación, la desmotivación de los clientes internos genera que el personal que labora en las mypes comerciales rubro confección de ropa no se sienta comprometido con los objetivos de la empresa. Al conocer por qué la mypes comerciales rubro confección de ropa no aplican la gestión de calidad es debido a que la no aplicación de las herramientas de la gestión de calidad se debe en gran parte al desconocimiento de parte de la gerencia 67% sobre este tema que al ser bien aplicado incrementaría la competitividad de este sector empresarial.

Rondoy (2014) en su trabajo de investigación titulado: “*Caracterización de la gestión de calidad y rentabilidad de las mypes comerciales rubro confección de ropa en la ciudad de Sullana región piura año 2014*”. Cuyo objetivo general es analizar las características de la gestión de calidad y rentabilidad de las MYPES comerciales rubro confección de ropa en la ciudad de Sullana (Piura) del año 2014, y obtuvo los siguientes resultados el 30% de los dueños encuestados son jóvenes. Se observa, el 60% de los dueños son femeninos. El 45% de los dueños encuestados su estado civil es conviviente. El 40% de las Mypes tiene un tiempo de 7 – 8 años en el sector comercio de confección de ropa. El 85% de las Mypes están formalizadas. El 45% de las Mypes tiene de 1 a 2 trabajadores laborando. El 55%, los dueños han realizado capacitación a sus empleados. El 65 % de los administradores encuestados afirma que sus trabajadores tienen una motivación constante. El 85% de sus trabajadores no están comprometidos con los objetivos de la empresa. El 95% de los administradores de las Mypes rubro confecciones de ropa tienen el poder de liderar e influir sobre su personal. El 60 % de los dueños afirma tener muy buena relación con sus colaboradores. El 65% desconoce sobre el tema gestión de calidad. El 60% señala que solventa muy bien sus gastos a corto y largo plazo. El 65% de los encuestados de los negocios de ropa encuestados, señala tener conocimiento y llevar una adecuada gestión financiera que les brinda una adecuada rentabilidad. El 55% de los negocios de ropa encuestados afirma que su rentabilidad año a año viene cayendo 60% de los negocios de confecciones de ropa en la ciudad de Sullana afirma haber realizado un análisis económico y financiero para determinar su verdadera situación económica y financiera. Se concluyó que la escasa capacitación de los gerentes o dueños en gestión de calidad, afecta algunos resultados del negocio, como el cumplimiento de los objetivos por parte de los trabajadores y la rentabilidad de las Mypes comerciales rubro confecciones. El conocimiento en operaciones financieras, por parte de los gerentes de las Mypes comerciales rubro confecciones, permite que las empresas sean rentables y puedan cumplir con sus responsabilidades financieras. La gran mayoría de las Mypes comerciales rubro confecciones de la ciudad de Sullana, están debidamente formalizadas y cuentan, en su gran mayoría, con 2 trabajadores. La gran mayoría de los trabajadores no está comprometido con los objetivos de las Mypes comerciales rubro confecciones de la ciudad de Sullana.

Navarro (2015) en su estudio de investigación titulado: “*Competitividad y gestión de calidad en las mype, de confecciones trajes de fiesta, mercado modelo-Piura 2015*”. cuyo objetivo general es determinar los factores de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE de confecciones trajes de fiesta- mercado modelo Piura 2015, y obtuvo los siguientes resultados el 31.0% Siempre encuentra atraktividad visual de instalaciones, 37.9% casi siempre tienen percepción de pulcritud de los trabajadores, 35.4% Casi siempre hay materiales atractivos, 35.0% siempre tienen interés sincero de los colaboradores por resolver problemas, 41.5% casi siempre realizan de un buen trabajo primerizo, 41.4% casi siempre entrega puntual, 58.2% siempre percepción errores cometidos por los trabajadores, 60.7% siempre hay comunicación de programación de entrega de pedidos, 52.9% siempre hay disposición de ayudar de los trabajadores, 68.2% siempre percepción de tiempo de los clientes, 44.3% confiabilidad de comportamiento de los empleados, 58.4% siempre persiste seguridad de los clientes, 65.1% siempre percepción de amabilidad del trabajador, 65.1% siempre conocimiento de los trabajadores, 52.8% siempre hay atención individualizada de los trabajadores, 59.5% siempre percepción de conveniencia de horario, 100.0% atención personalizada de los trabajadores, 57.5% preocupación por sus clientes, 50.7% comprensión de necesidades de los clientes. Se concluyó que las MYPE de confecciones trajes de fiesta se pudo evidenciar que existe una falta de actualización por parte de los confeccionistas, les falta cambiar esos paradigmas que no los dejan sobresalir, explotar todos los recursos que tienen, tanto recursos materiales como recursos humanos, es escasa la capacitación al personal de trabajo eso incurre en que falta motivación por parte de los dueños de las MYPE hacia sus colaboradores, por lo tanto el clima del negocio es débil. Los factores que influyen en el servicio esperado de la gestión de calidad son la comunicación boca a boca, Necesidades personales, experiencias anteriores y comunicación externa; lo cual significa que el cliente siempre espera recibir más de lo que espera es decir siempre busca quedar satisfecho por el servicio brindado y a cambio del buen servicio éste recomendará a la MYPE para hacerla más conocida. Los indicadores simples de la gestión de calidad son: los que miden la calidad dentro de las empresas, los que miden la satisfacción de los clientes, observar la evolución que sufre la calidad del servicio a lo largo del tiempo, comparar la situación de la empresa con sus principales competidores, segmentar a los clientes en función de cómo valoran la calidad recibida, evaluar las percepciones de los clientes internos sobre la calidad del servicio de los distintos departamentos.

More (2016) en su estudio de investigación titulado: *“Caracterización de gestión de calidad y formalización de las mype comercializadoras de ropa para bebés de las galerías ubicadas en av. blas de atienza, piura, año 2014”*. Cuyo objetivo general es describir las características de la gestión de calidad y formalización de las MYPE comercializadoras de ropa para bebés de las galerías ubicadas en Av. Blas de Atienza, Piura, año 2014. Y obtuvo los siguientes resultados el 70% de las empresas cuenta con un sistema de gestión de calidad, que les permite planear, controlar y mejorar su empresa, el 90% de las mype cuenta con una organización que le permita implementar sus estrategias para el logro de sus objetivos, con el fin de plantear una dirección estratégica del negocio e implementar planes y controles para su desarrollo y resultados. el 70% de las mype en estudio cuenta con procedimientos para los productos considerados no conforme, teniéndose en cuenta que se tiene que medir el nivel del servicio de calidad. el 70% de las mype gestiona las quejas y reclamos de los clientes, para proceder o continuar a una mejora continua. el 100% de los encuestados determina que el personal que labora en su empresa cumple oportunamente con sus funciones y responsabilidades. El 80% de los propietarios manifiesta que su personal recibe capacitación especializada. el 100% de las mype cuenta con personal adecuado para la atención al público. Se concluyó que la gestión de calidad que utilizan las mype para fortalecer su gestión son: planear, controlar, definir objetivos, implementar estrategias y procesos para medir la calidad de servicio y calidad de percepción del visitante, ya que es esta la principal herramienta para que las empresas se encuentren en constantes evaluaciones para una mejora de su calidad de procesos, productos y servicios. Así mismo, el personal que labora en las mype comercializadoras de ropa para bebés en las galerías de la av. blas de atienza, se desempeñan con eficiencia y eficacia, ya que cumplen con sus funciones y responsabilidades al igual cumplen con los objetivos y metas propuestas por la empresa para el beneficio de las mismas. sin embargo, para el cumplimiento de lo indicado, ellos cuentan con capacitación especializada y cuentan con la experiencia que se requiere para la atención y satisfacción de sus clientes.

Valderrama (2015) en su estudio de investigación titulado: *“Gestión de calidad y competitividad de las mypes del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014”*. Cuyo objetivo general es describir las principales características de gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el Porvenir, año 2014; y obtuvo los siguientes resultados el 50% en el sexo femenino. el 53.3% de los empresarios cuentan con estudios secundarios. El 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años. el 46.7% de las mypes dijeron que sus clientes tienen en cuenta la calidad. El 40% de los microempresarios determinan su calidad a través de la materia prima. El 60% de las mypes capacitan a sus trabajadores cada año. el 80% de las mypes hacen cambio o mantenimiento de su maquinaria cuando es necesario. las 10 microempresas se consideran competitivas con 66.7%. Se concluyó que los representantes de las Mypes están entre 50-60 años, lo que nos indica que son personas completamente maduras con un grado de instrucción básico con un 53.3% ya que la mayoría de los microempresarios solo tienen estudios secundarios. Por lo general el 60% de estas Mypes vienen realizando sus actividades durante más de diez años lo que indica que cuentan con bastante experiencia en rubro de venta de calzado, contando con una demanda del 66.75% en calzado para damas y menos del 50% en calzado para caballeros lo que indica que estas empresas tienen mayor representación en el mercado en venta de calzado para mujer. Los clientes antes de adquirir los productos tienen en cuenta la calidad y el precio como requisito de compra con un 46.7% en calidad y en el precio con 33.3.

Gómez (2016) en su estudio de investigación titulado: *“Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial galerías alfa, chimbote, 2013”*. cuyo objetivo general es determinar las características de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial galerías alfa, chimbote 2013, y obtuvo los siguientes resultados el 35,7% tienen una edad entre los 40 a 50 años, El 64,3% son de género femenino, El 64,3% de los representantes han concluido sus estudios secundarios, El 50% de los representantes legales tienen estudios o conocimiento sobre administración de empresas, El 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas son formales, El 57,1% antigüedad de 8 a más, El 78,6% no cuenta con equipos de última tecnología, El 85,7% sus instalaciones físicas son visualmente atractivas. El 71,4% no realizan publicidad, El 57.1% no tienen conocimiento sobre gestión de calidad, El 78.6% muestran interés en dar soluciones a los problemas que se presentan, El 100% aseguran tener un trato amable con el cliente, El 57.1% indican no contar con un manual de calidad, El 64.3% resuelven las necesidades del cliente, El 71.4% han identificado procesos para dar un buen servicio al cliente. Se concluyó que los representantes de las Mypes el 35.7% de las micro y pequeñas empresas están representadas por personas adultas entre 40 a 50 años, son mujeres, han culminado sus estudios secundarios y la mitad tienen conocimiento de administración de empresas. En el presente estudio se concluye que de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas el total de las micros y pequeñas empresas son formales, la mayoría tienen 8 años a más de antigüedad en el mercado, no cuentan con equipos de alta tecnología, sus instalaciones son visualmente atractivas, la mayoría no realizan publicidad pero de los que realizan si son visualmente atractivas y desconocen de la nueva ley. En el presente estudio se concluye que de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas, la mayoría no tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Pero si buscan dar soluciones a los problemas de su micro y pequeña empresa, la totalidad de la micro y pequeña empresa si brinda un buen trato al cliente, de las mismas la gran mayoría no cuenta con un manual de calidad, así como también prioriza en resolver las necesidades del cliente e identificar procesos para dar un buen servicio.

2.2. Bases Teóricas de la Investigación

Las micro y pequeñas empresas se basan en la actualidad con la importancia de la ley para su mejora continua dentro del negocio por eso se define que Según la Ley, 28015, (2003) que La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Según la ley vigente n° 30056, que rige a partir del 2 de julio del 2013, en su artículo 5°, se ha eliminado el número máximo de trabajadores como elemento para categorizar a las empresas, quedando solo el volumen de ventas como criterio de categorización; además, se ha creado un nuevo nivel de empresas microempresa ventas anuales hasta el monto máximo de 150 uit.

No obstante muchos de los dueños conocen la cantidad de personas que tienen que trabajar por eso que esta información coincide con mis resultados, la problemática de esta situación es que muchos de los dueños pagan muy poco a sus trabajadores ya que ellos desconocen de esta ley.

Características de mediana y pequeña empresa (Mypes) Las micro y pequeñas empresas tienen un número determinado de trabajadores cuales buscan emprender en el ámbito empresarial, por eso las MYPES abarca un número de 1 a 10 trabajadores. Las micro, pequeñas y medianas 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).
- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos años. Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector. Por lo que coincide con los resultados obtenidos en nuestro estudio de investigación de las micro y pequeñas empresas donde tienen de 1 a 10 trabajadores.

Importancia de las Micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas son el complemento para nuestra sociedad donde dan beneficios a muchos jóvenes para emprender en el nuevo rubro consigo traen beneficios dando una productividad positiva son parte fundamental dentro de las micro y pequeñas empresas. Tal como lo afirma Aspilcueta (2011) 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:

- 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.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

Por eso que muchas de estas micro y pequeñas empresas ayudan a la sociedad a que trabajen consigo de la mano para un progreso seguro donde no halla daños ni perjuicios así contribuyen con el estado de una manera correcta, en la actualidad las micro y pequeñas empresas dan a un grupo de terminado de personas un puesto de trabajo en la organización solo que muchas de estas personas no cuenta siempre con la capacidad suficiente de desenvolvimiento en el área que se le pone.

Lineamientos Estratégicos del Estado para la Micro y Pequeñas Empresas

A través de estos lineamientos muchas de las micro y pequeñas empresas pueden emprender un negocio con éxito, dándoles énfasis en los programas de desarrollo por eso se dice que es la acción del estado en materia de promoción de la MYPE se orienta con los siguientes lineamientos estratégicos:

Promueve y desarrolla programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de la MYPE, en el corto y largo plazo y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera, social de los actores involucrados.

Promueve y facilita la consolidación de la actividad y tejido empresarial, a través de la articulación inter e intersectorial, regional y de las relaciones entre unidades productivas de distintos tamaños, fomentando al mismo tiempo la asociatividad de las MYPE y la integración en cadenas productivas y distributivas y líneas de actividad con ventajas distintas para la generación de empleo y desarrollo socio económico.

- Fomenta el espíritu emprendedor y creativo de la población y promueve la iniciativa e inversión privada, interviniendo en aquellas actividades en las que resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a las MYPE.
- Busca la eficiencia de la intervención pública, a través de la especialización por actividad económica y de la coordinación y concertación interinstitucional.
- Difunde la información y datos estadísticos que cuenta el estado y que gestionada de manera pública o privada representa un elemento de promoción, competitividad y conocimiento de la realidad de las MYPE.
- Prioriza el uso de los recursos destinados para la promoción, financiamiento y formalización de las MYPE organizadas en consorcios, conglomerados o asociaciones.
- Propicia el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen o laboran en las MYPE, a las oportunidades que ofrecen los programas de servicios de promoción, formalización y desarrollo.

- Promueve la participación de los sectores locales representativos de la correspondiente actividad productiva de las MYPE, en la implementación de políticas e instrumentos y acciones en los espacios regionales y locales o en las cadenas productivas y distributivas.
- Promueve la asociatividad y agremiación empresarial, como estrategia de fortalecimiento de las MYPE.
- Prioriza y garantiza el acceso de las MYPE a mecanismos eficientes de protección de los derechos de propiedad intelectual.
- Promueve el aporte de la cooperación técnica de los organismos internacionales, orientada al desarrollo y crecimiento de las MYPE.
- Promueve la prestación de servicios empresariales por parte de las universidades, a través de incentivos en las diferentes etapas de los proyectos de inversión, estudios de factibilidad y mecanismos de facilitación para su puesta en marcha.

Muchas de estas micro y pequeñas empresas hoy en día no hacen un plan de desarrollo organizacional cual creo que esto les lleva al fracaso y no al buen desarrollo que implica trabajo en equipo, pocas veces invierten en los recursos de la empresa solo buscan cumplir en el momento con lo que solicita sin pensar que el negocio también tiene que crecer.

Sistemas de Gestión de Calidad

Se basan en las ISO dándoles mayor seriedad a las micro y pequeñas empresas a través de las buenas estructuras a seguir dentro de las organizaciones tal como lo afirma González Arciniegas (2016) la norma ISO-9000 se emitió además para cubrir actividades de carácter de aplicación universal. A medida que las normas se fueron dando a conocer, la industria y el comercio comenzó a demandarlas cada vez más. Con el transcurso de los años se generalizó su uso y se hizo casi obligatorio la utilización de las normas BS 5750 y la misma ISO-9000, para regular los sistemas de calidad en todos los campos de producción de bienes y servicios, La base de los sistemas de gestión de la calidad está constituida por la implementación de una serie de procedimientos que la empresa utiliza para demostrar que tiene en operación un sistema de calidad controlado, y que cuenta con la capacidad para la producción de bienes y servicios con calidad, proporcionando cierta garantía al cliente. Podría decirse que las Normas ISO-9000 constituyen un aval al productor por parte de un organismo externo a la misma, reconocido internacionalmente.

Por lo que coincide con los resultados obtenidos en nuestro estudio de investigación donde los propietarios si tienen conocimiento sobre gestión de calidad, no obstante muchas de estas micro y pequeñas empresas tratan en lo posible de trabajar bajo normas del estado cumpliendo con requisitos autónomos de la salud de la sociedad además las ISO creo que debe ayudar a que estas micro y pequeñas empresas surgan de manera más centrada y comprometida con la buena gestión al momento de producir la materia prima.

Gestión Integral

Es donde las micro y pequeñas empresas llegan a adaptarse a un proceso adecuado dentro de la organización para beneficio de las mismas logrando consigo esto dentro de la misma tal como lo afirma Gallego (2013) las organizaciones que deseen ir más allá de la simple gestión de la calidad y traten de adoptar modelos de excelencia empresarial deben reflexionar sobre este enfoque, La gestión por procesos en este caso tendrá que trasladarse de manera efectiva a su documentación que define el sistema de gestión, los procedimientos o método - lógicas y al control de sus actividades, personal, equipos, sin perder la idea de que Conceptos fundamentales de la excelencia:

- Añadir valor para los clientes.
- Liderar con visión, inspiración e integridad.
- Gestionar por procesos.
- Alcanzar el éxito mediante las personas.
- Favorecer la creatividad y la innovación.
- Desarrollar alianzas.
- Asumir responsabilidades de un futuro sostenible.

Gestionar por procesos, que en el nuevo modelo se entiende como el diseño de los procesos para realizar la estrategia, con una gestión de principio a fin más allá de los límites clásicos de la organización. Todo ello debe servir para alcanzar los resultados deseados.

Por eso que los resultados obtenidos en nuestra investigación, demuestran que la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican gestión por procesos. En lo que se proyecta es en la mejora continua de producción cuando ellas más producen más ganan sin ver más allá de la invocación que se tienen que ir adaptando creo que hoy en día todas las empresas deberían trabajar en hermandad y no con egoísmo para que su negocio surja de la mejor manera y con mayor facilidad.

Sistema Integrado de Gestión

Este sistema hace que la comunidad científica busque conceptos de un buen sistema de gestión con paradigmas que ayudaran a una solución de definiciones correctas. Tal como lo afirman Puente, Sánchez, Ledesma (2012) la conceptualización de lo que se entiende por un sistema integrado de gestión es objeto de debate hoy en día entre la comunidad científica, por ejemplo, hacen un llamamiento al consenso, señalando la urgente necesidad de definiciones. Este vacío semántico ha favorecido que el paradigma dominante se fundamente en presentar la integración de sistemas de gestión como un concepto progresivo, en el que se pueden alcanzar diferentes niveles o grados de integración y, por ende, diferentes sistemas integrados de gestión. Bajo este paradigma han proliferado numerosas propuestas taxonómicas que intentan caracterizar esos niveles mediante ciertas variables medibles.

Los sistemas de integración de gestión deben fortalecer los conceptos de conocimiento a empresarios optando por aquellos que puedan tomarlos de la mejor manera y poder aplicarlo en su negocio pocas utilizan una integración organizacional, no obstante lo que nos comenta el autor en este texto es que es fundamental trabajar en equipo para mayor beneficio.

Gestión de Calidad Total en el Retail

Gestión con calidad total definen a un proceso en conjunto que consiguen resultados beneficiosos para su desarrollo organizacional dándoles facilidad de conceptos de calidad para complementarlo en la gestión llevando consigo los procesos de producción al éxito. tal como lo afirma . Deulofefeu (2012) la gestión de calidad total sigue siendo hoy una estrategia que las empresas y otro tipo de organizaciones del sector pueden utilizar para hacer frente a la oferta comercial existente, y su efectividad.

Se hará realidad siempre que sea un proyecto que parta de la decisión y total implicación de la dirección, a partir de la cual serán posibles todos los demás aspectos es necesario tener en cuenta, la implicación de las personas, la gestión por procesos y el entorno.

La organización orientada hacia el cliente persiguiendo y su máxima satisfacción, los cambios en el retail son continuos y cada vez más veloces. Las estructuras organizacionales han cambiado hacia formas más horizontales, que permiten adaptarse mejor a estos cambios, y éste tipo de organizaciones son posibles siempre y cuando se gestionen a través de la calidad total.

En la actualidad es necesario enfocar las empresas al consumidor y a la sociedad, siendo el objetivo fundamental maximizar la satisfacción no sólo del cliente, sino también de la sociedad. La oferta debe ser satisfactoria para el cliente y a la vez sostenible para la sociedad. El sector del retail, al ser el que está más cerca del consumidor, es el que tiene mayor facilidad de dar un servicio que cumpla con los requerimientos acordados con él, consiguiendo así el objetivo de satisfacerle.

Hoy en día las micro y pequeñas empresas deben forjar una buena gestión de calidad total, teniendo consigo conceptos que les ayude a una mejora continua así les pueda llevar al éxito del negocio.

Control de la Calidad

Aplicar a una exigente calidad en el producto dándole un producto de calidad a los consumidores finales tal como lo afirma Cobos (2013) el concepto de calidad sería aquí simplemente la conformidad con las especificaciones. Se evita que lleguen productos defectuosos a los clientes, pero no se pone remedio para impedir estos errores. La calidad solo implica al departamento de control de la calidad, pero la dirección no la considera su responsabilidad.

Es muy importante este control creo que todas las micro y pequeñas empresas deben considerar un control medido de su proceso para que puedan satisfacer a sus clientes sin ningún inconveniente.

¿Qué es la calidad?

En la vida diaria, uno está acostumbrado a encontrar cientos de referencias a la calidad. En los medios se publicitan productos que aseguran tener una gran calidad, también se encuentran anuncios en los que se ofrecen determinados servicios, como puede ser una estancia en un hotel, en donde garantizan un servicio de gran calidad.

Todo el mundo sabe qué es la calidad cuando la ve, pero no es fácil describirla con palabras. Entre las numerosas definiciones que existen, se destacarán las siguientes:

- Según la norma ISO 9000, “calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”.
- “Calidad es cuando aquel producto o servicio que se adquiere satisface las expectativas sobradamente y funciona realizando su tarea o servicio tal como se esperaba que lo hiciera”.
- “Un producto de calidad es aquel que satisface las expectativas del cliente al menor coste”.

Esto es importante para las organizaciones ya que tienen que considerar que tipo de productos van a llevar a presentar al consumidor final quienes serán los jueces finales para ver si el producto tienen los mejores estándares de calidad.

Cómo Documentar un Sistema de Gestión de Calidad Según ISO 9001:2015

Las normas Iso con de radical importancia para un mejoramiento dentro de la organización tal como lo afirma (lopez, 2015) todas las normas y modelos en los que se basan la mayoría de los sistemas de gestión de la calidad, requieren que dicho sistema esté documentado. En mayor o menor medida, todas estas normas incluyen requisitos específicos sobre qué procesos o qué información debe existir de forma documentada, si bien, la mayoría dan bastante flexibilidad a la organización en la manera que selecciona y desarrolla la documentación de su sistema, está reconocido por todas las normas y estándares que cada organización debería desarrollar la cantidad de documentación que necesite para demostrar la eficacia de la planificación, operación, control y mejora de su sistema de gestión de la calidad y de sus procesos.

Es decir, que el sistema documental debe responder a las necesidades de la organización para resultar práctico, eficaz y útil. Lamentablemente, esto no siempre se cumple y muchas empresas cargan con tediosos e ineficaces sistemas documentales que las asfixian y ahogan en manuales, fichas, planes, procedimientos, instrucciones y toneladas de registros y que, eso sí, sirven para decorar unas cuantas estanterías del despacho del director de calidad

El sistema de gestión de calidad ayudara a que la organización trabaje con mayor rendimiento para mejorar la calidad de trabajo que estén realizando, pudiendo así alcanzar los mejores estándares en la satisfacción del cliente.

Calidad y Servicio

Calidad total ayudara a que el cliente este satisfecho de los productos ya lanzados en el mercado la calidad total permitira que el producto permanesca dentro de la misma por este valor agregado. Tal como lo afirma Vargas, Aldana , (2014) el enfoque de la calidad está estrechamente relacionado con los valores y virtudes de las personas que conforman la organización, tanto por su entorno específico como por el familiar, la empresa privada o la entidad estatal. Se sabe que el comportamiento humano es el que crea y desarrolla una cultura organizacional y sus valores, que son identificadores y diferenciadores en las organizaciones, el mundo de la calidad, del servicio y de la calidad en el servicio ha dado un gran desarrollo a las empresas de los sectores de la economía. Sin embargo, es importante anotar que sus teorías no llegaron a la luz por sí solas; tienen orígenes que se remontan a las épocas del desarrollo de la administración y son las que abren paso a unas nuevas formas de ver las organizaciones, formas innovadoras de dirigirlas y de hacer de ellas espacios de crecimiento de la sociedad.no obstante cada época crea la forma de organización de acuerdo con sus características y necesidades. La única manera organizacional, es decir, adoptados por una institución es a partir valores, expectativas, Las personas deben poseer nueva conciencia social del cambio políticas, de las normas cultura y ritos. La calidad es pieza clave en el sector terciario, y su inserción en todo tipo de organizaciones ha llevado a múltiples investigaciones que parten desde la conceptualización que tienen las empresas sobre ella para abrir horizontes de mejora continua. Puede ser que una organización se destaque por el buen funcionamiento de los

procesos y por su óptima dirección hacia la parte interna, pero solo mantendrá y mejorará sus indicadores en la medida en que haga partícipes a sus clientes en este proceso. Ellos se encargarán por su parte de alimentar los requisitos y requerimientos de productos duros y de servicios para conseguir el éxito

Las micro y pequeñas empresas deben surgir con una calidad desde su producción hasta su atención no es fácil que hoy en día las micro y pequeñas empresas surgan con esta calidad total no es fácil panterse ya que muchas de ellas caen en la tentación del facilismo de confección y poco interés en la atención que significa el buen servicio a los que les llevara al éxito.

Control de Calidad

Para las micro y pequeñas empresas es un control interno donde se controla la calidad de todos dentro de la organización tal como lo afirma, Gillet (2014) el proceso de control de calidad busca implementar mejoras de manera continua mediante las cuatro etapas del procedimiento planeación, realización, revisión y acción que se analiza Antes de establecer planes de mejora, es indispensable hacer un diagnóstico de la empresa, y así tener elementos objetivos para medir el nivel de desempeño que se tiene en la calidad. Esta etapa indispensable impide determinar ejes de mejora no prioritarios. Según las orientaciones dadas por la dirección, este diagnóstico adquiere dimensiones variables, y las herramientas empleadas son diferentes evaluación objetiva por parte del cliente cual es la encuesta de satisfacción permite medir el nivel de agrado de los clientes, quienes, de hecho, son los únicos jueces de la calidad que se ofrece. Se trata de conocer su percepción, lo que les “gusta” y lo que les “disgusta”. La encuesta otorga la palabra al cliente, lo pone en el centro de la acción para buscar la calidad además de implementar una cadena de servicios en la que cada uno es a veces cliente y a veces proveedor esto permite la relación entre cliente y proveedor constituye un instrumento bastante eficaz para mejorar las interrelaciones entre los servicios. Ayuda a esclarecer lo que cada uno espera del otro y, sobre todo, formalizar sus responsabilidades como proveedor y como cliente.

El control de calidad permitira que las organizaciones se enfoque al éxito de su negocio al estar bien estructurada desde el ingreso de su mercaderia hasta las ventas que se dan para un buen control de calidad.

La Calidad y su Evolución

Las características permitiran una calidad eficiente atraves de diferentes procesos dandoles enfasis a lo que se quiere llegar a conocer y establecer en el producto tal como lo afirma Marcelino, Ramírez.(2014) la calidad durante su desarrollo se ha fortalecido gracias a las aportaciones y los estudios realizados por importantes autores tales como Ishikawa, Deming, Juran, Crosby y Feigenbaum, entre otros pioneros visionarios no menos notables; ellos son quienes han conseguido con sus teorías, estudios, modelos y herramientas trascender en el tema de la calidad, con el paso de los años, la calidad se conceptualiza de manera diferente, un concepto más actual engloba al anterior adicionándole un enfoque, alcance o elementos distintos. Algunos autores aseguran que los conceptos de la calidad se pueden agrupar en dos categorías: los que son esencialmente operativos, que es posible sintetizar con la frase “calidad es cumplir con las especificaciones”, y los que definen a la calidad como el “conjunto de cualidades de un producto o servicio que satisfacen las necesidades explícitas o no de los clientes”. Ambos conceptos son complementarios el uno del otro, ya que para satisfacer al cliente hay que cumplir con las especificaciones. Un concepto normativo con enfoque al cliente es el que se establece en la ISO 9001:2008, por lo tanto, la calidad puede ser tan compleja o tan simple como se quiera, como una filosofía, un conjunto de estrategias, un modelo de hacer negocios orientado a la mejora continua, que no sólo se refiere al producto o servicio final, sino que es una revolución de aspectos organizacionales y gerenciales, donde todo el personal debe estar involucrado con los objetivos de calidad de la empresa. Es importante agregar que la calidad empieza por la actitud de los trabajadores y accionistas para conseguir relaciones mutuamente beneficiosas, con mejor capacidad de prevenir y resolver problemas que afecten al cliente, con criterio para proponer cambios en provecho de la calidad, la capacidad de análisis y la observación de procesos para mejorar en forma continua. Así mismo, la calidad se integra como una cultura o forma de vida en las organizaciones para la cual se requiere reforzar una serie de aspectos y la integración de funciones y procesos internos como son: diseño, planificación, producción, distribución, servicio posventa y procesos de apoyo con el fin de lograr bienestar común

Las características de la calidad deben ser establecidas desde un principio para que al momento de una buena atención esto tengo resultados super buenos y beneficiosos para las micro y pequeñas empresas.

La calidad de las personas

Esto enfoca a una parte fundamental de las micro y pequeñas empresas donde el personal que trabaja tiene conocimientos de calidad para que produzca lo mismo dentro de la organización. Esto lo afirma Deulofefeu (2012) la implicación de todas las personas que trabajan en una empresa es imprescindible para el éxito en la implantación de una correcta GCT, en el control de la calidad total (CTC), la primera preocupación y la de más importancia es con respecto a la calidad de las personas. Una compañía capaz de crear calidad en su personal ya está a medio camino de producir artículos de calidad, la implicación de todo el personal y la actitud y profesionalidad de los mismos es la clave que permite la fidelización de los clientes.

La calidad definida desde la perspectiva del cliente

La calidad debe definirse desde la perspectiva del cliente, por lo que la empresa que realmente quiera orientarse hacia el cliente debe mostrarse abierta y transmitir a todos los miembros de la organización el conocimiento del cliente. Algunos ejemplos al respecto son:

- Resumir y comunicar periódicamente a los empleados las quejas de los clientes. Si las quejas son recurrentes ello puede indicar la necesidad de hacer más hincapié en la formación y motivación de los empleados.
- Enseñar a los empleados cómo responder a los clientes. Eso es especialmente complejo cuando nos enfrentamos a clientes descontentos. Si se consigue que respondan adecuadamente a estas quejas, se evitará la pérdida del cliente y la cadena negativa que se desarrolla tras ello. Ante todo, se debe dar la suficiente autonomía a los empleados para que se sientan con la suficiente confianza como para manejar estas situaciones.
- Responder por escrito a las quejas de los clientes. Así se consigue que el cliente se sienta parte de la organización, explicándole las medidas que se están tomando para la mejora del servicio.

Es fundamental que la calidad debe implantarse de manera continua dentro de la organización para que los empleados trabajen de manera eficiente y con respecto a los clientes quienes son lo más importante para la organización.

Atención Básica al Cliente

Los clientes para las micro y pequeñas empresas harán que el negocio sea rentable dentro del mercado que es tan exigente, por eso un cliente es tan esencial que no lo podemos dejar irse, esto lo afirma Díaz (2014) los clientes son el tesoro de cualquier actividad económica, sin ellos no sería posible ninguna venta. Por lo tanto, vamos a ver qué es el cliente, no sólo a través de su definición, sino también del peso que tiene como destinatario de los productos y servicios. tenemos que tener claro que un conocimiento profundo de esta figura en la actividad económica puede hacer que una empresa pueda ser más o menos competitiva, será más o menos valorada. Posiblemente pensemos que un cliente es una persona que compra un producto o servicio de forma esporádica o con frecuencia. Así es, en línea general, ya que también tiene otros componentes que hay que tener en cuenta. Según estos componentes, tendremos que realizar una clasificación, es decir, una tipología para su mejor conocimiento. Estamos en disposición de decir que un cliente es una persona o empresa que adquiere un producto o servicio para sí o para otras personas de forma voluntaria. Estas personas (y las empresas, que son dirigidas por personas) son el motor de la economía y no sólo basta con venderles un producto o un servicio. Es necesario crear una relación de confianza entre las partes (vendedora y compradora) y esto se puede lograr conociendo las necesidades de los clientes. Sabemos que los clientes son personas y que las personas no actúan igual ante el mismo estímulo ni tienen los mismos comportamientos.

La atención en las micro y pequeñas empresas que se referencia en el texto leído es muy fundamental para que los clientes vuelvan y tengan confianza de lo que están llevando la calidad de atención es muy importante por que ayudará a que surgan de manera mas rápida, además no hay mejor recomendación de los clientes y eso dependerá de quienes pongamos en el puesto requerido.

Clasificación de los Clientes

- clientes destinatarios, serían aquellos que no han realizado ningún contacto, que no están interesados, pero son personas a las que van dirigidas los productos o servicios que ofrecemos.
- clientes potenciales, son aquellos a los que aún no se les ha vendido o prestado ningún servicio, pero se les tienen en cuenta como futuros clientes compradores. sería alguien que sólo se ha interesado por un producto o servicio.
- clientes ocasionales, aquellos que ya han tenido una relación y ha realizado compra o solicitado un servicio de forma no continuada. podemos ubicar aquí aquellos que compran esporádicamente o los que han contactado por primera vez.
- clientes habituales, aquellos que compran o solicitan un servicio habitualmente. Se tratan de los clientes que mantienen la actividad económica viva.

De acuerdo a los resultados obtenidos en nuestro estudio de investigación nuestras unidades de análisis nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplica atención básica al cliente.

Técnicas de Comunicación con Clientes

Las técnicas de comunicación es muy importante en las organizaciones para que el producto se venda con mayor facilidad, esto hará que se pueda interactuar con el consumidor de manera más rápida y dinámica la calidad de un buen servicio nos permitirá que el mercado nos conozca a través del mejor marketing que serán nuestros clientes mismo, esto lo afirma Díaz, (2014) al conocer el proceso de comunicación identificando sus elementos Diferenciar claramente el proceso de comunicación y de información ver cuáles son las barreras que pueden impedir la comunicación con el cliente Identificar una comunicación efectiva así como los distintos elementos que interviene en su proceso y la importancia de la escucha activa y poner en práctica las habilidades técnicas y personales para ello Conocer los aspectos negativos de una comunicación ineficaz.

Técnicas de Atención Básica a Clientes

Los tipos de clientes para una atención básica es Practicar la comunicación no verbal, el comportamiento para una buena atención al cliente es conocer la comunicación verbal y diferenciar los estilos asertivos, agresivos y no asertivos, así como la aplicación de las técnicas de asertividad en las respuestas a los clientes el ser capaz de aplicar el proceso de la llamada telefónica en la atención al cliente estudiar y aplicar de las solicitudes, quejas y reclamaciones para una atención básica conocer los documentos que se emplean en una solicitud de queja y reclamaciones.

La Calidad del Servicio de Atención al Cliente

Conocer el origen y el concepto de calidad para una buena atención básica al cliente saber la importancia de una gestión de calidad en la empresa, así como su control y el aseguramiento de la misma concientizar sobre la importancia de la gestión de la calidad y su seguimiento en la atención al cliente y su repercusión en la actividad de la empresa Conocer y aplicar el control y medición de la satisfacción del cliente y las repercusiones negativas si no se llega a esta satisfacción el saber la importancia de la motivación personal y la excelencia como herramientas importantes para implantar un sistema de calidad Saber que un sistema de calidad necesitará de una reorganización empresarial para adaptarla a los requisitos de aquella Conocer y aplicar el sistema de normalización de la familia ISO 9000 y su resultado final la certificación datos.

De acuerdo a los resultados obtenidos en nuestro estudio de investigación nuestras unidades de análisis nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplica técnicas de comunicación con clientes.

2.3. Marco Conceptual

Historia

Desde hace muchos años atrás nuestra cultura peruana a sabido surgir a través de nuestro ancestros, ellos sabían como hacer negocios con todo lo que tenían a su alcance apesar que tenían que seguir ordenes de su rey y siendo explotados al máximo , ellos pagaban aranceles y realizaban trueques para su mejor convivencia en la población, durante años la confección comenzo a raíz de las mujeres andinas quienes con sus diferente modelos en las llicllas, mantos, manteles, etc se ganaron un prestigio esto lo realizaban artesarnalmente este trabajo que ellas hacían era muy valorado y pocas veces valorizado por la población, tejían las prendas para sus familiares y rey, al transcurrir de los años este tipo de confección a ido mejorando y se fue modernizando por las maquinas de tejer aun manualmente pero estas ya contaban con un precio en el mercado, las prendas que producían eran de una confección moderna y exclusiva ya que no siempre se repetía el mismo modelo, hoy en día a nivel mundial muchos países han sabido destacar en la moda, la tecnología de las maquinas industriales son sorprendentes estas maquinas pueden ayudar a confeccionar hasta 100 prendas diarias esto a generado que las maquinas de tejer de ahora sean personalizadas para cada prenda. La tecnología ayuda a las empresas internacionales a producir telas en un tiempo record un ejemplo de la venta a lo bruto de telas y accesorios para prendas lo encontramos en gamarra lima se encuentra tanto telas de las mejores marcas como de imitación para una venta más eficaz, los almacenes de todo gamarra son inmenzos por la cual es muy raro ver que se desabastescan; la moda avanza a diario y creo que debemos ir actualizando a las micro y pequeñas empresas con maquinas modernas, muchas veces suele ser la mano de obra mas cara dependiendo del sector por eso que las mypes trabajan con diferente calidades de algodón, las pocas micro y pequeñas empresas que no trabajan con este material son las informales que solo buscan vender de una manera mas fácil las prendas y por cantidades mayores , las micro y pequeñas empresas deben forjar antes que nada conocimientos de gran importancia para su organización, la gestión de calidad es fundamental para estas micro y pequeñas empresas, los conceptos claves para que lleven a su cliente satisfecho es brindadoles no solo un buen producto si no la atención exclusiva y personalizada que se merece el cliente, creo que no necesariamente es ser una empresa pequeña para no poder implentar una buena estrategia de gestión y atención , se necesita de bastante voluntad y interés en querer surgir siempre.

Ventas de Uniformes

Son pequeños negocios donde se realiza el comercio de confección y venta de uniformes en general para las necesidades del cliente, generalmente es para el público en general quienes buscan calidad y atención de primera en estas micro y pequeñas empresas, a su vez éstas cuentan con talleres de confección propios dentro de su local cual les permite confeccionar de manera inmediata y dar soluciones de corrección de tallas a cero costo.

Micro y Pequeñas Empresas de Confección y Venta de Uniformes en General

Las micro y pequeñas empresas del rubro de confección y venta de uniformes en general, pasan por problemas en la actualidad como son la falta de capacitación de la importancia que tienen las micro y pequeñas empresas en la sociedad esto se vuelve compleja, lo cual es un factor relevante para las mismas lo cual no pueden tener un crecimiento y desarrollo según lo esperado por los empresarios.

Los problemas internos que atraviesan las micro y pequeñas empresas, son los problemas familiares, la falta de mercadería, tecnología, nuevas máquinas costureras, de planear sus objetivos, el bajo apoyo por parte del gobierno para hacer crecer el negocio. Los problemas externos son la competencia que hoy en día se presentan en nuestra localidad como es mega plaza, plaza vea , metro; estos súper mercados han afectado de una manera directa a estas pequeñas empresas porque ellos venden productos de textilera a un precio muy económico al que quizás muchas personas que conocen saben que estos productos son chinos por eso es más barato y con respecto a la atención también es diferente ya que el cliente elige a su preferencia y se acerca a caja a cancelar con tarjetas de visa etc., la cual desempeñan a su vez un papel fundamental en el distrito de nuevo chimbote porque hace incrementar el PBI de la ciudad y del país, desarrollan una idea de negocio y el empleo, además de la mucha demanda en el mercado, buscan alternativas de como poder vender sus productos y ser competitivos en el distrito de nuevo chimbote.

Las Micro y Pequeñas Empresas de Confección y Venta de Uniformes en General con el uso de la Atención al Cliente.

Las micro y pequeñas empresas se constituyen mayormente por personas naturales, porque en el distrito de nuevo chimbote, muchos emprendedores crean una empresa familiar, además crean su propio empleo, se inscriben primero en la sunat, para así poder ser un negocio formal, además de tener a sus trabajadores en planilla correspondiente. Tener un negocio de confección es rentable en la actualidad ya que la demanda de colegios e instituciones crece en la población y también por la razón de tener una cartera de clientes.

Las micro y pequeñas empresas de confección y venta de uniformes en general tienen un proceso de confección muy común pero son bien organizadas y mantiene bastante con bastante recelo los contactos de sus proveedores de muchas marcas exclusivas en el Perú y del exterior, los gerentes de estas micro y pequeñas empresas son los mismo dueños.

muchos de ellos se quedaron en grados menores y no pudieron estudiar por falta de dinero o apoyo de sus padres muchos de estos gerentes hoy en día se sienten orgullosos de tener un negocio rentable la cual ayuda a su sustento familiar, dentro de su pequeña organización, dentro de la empresa existe pocos trabajadores y la mayoría son informales no es algo seguro siempre rotan y los sueldo varían de acuerdo a la producción valorizan mucho la mano de obra del trabajador; enfocandonos en el distrito de nuevo chimbote los confeccionistas tienen de 1 a 2 vendedoras durante todo el año excepto en los meses de campaña que son los meses de febrero y marzo, estos meses son los más fuertes para muchos de ellos ya que venden una buena producción de más de 1500 prendas es su sustento para todo el año, el trabajo que realizan es fuerte ya que ellos mismo son los tienen el control correcto de su negocio y de ver que su clientela se vaya satisfecha con lo que fabrica en el tiempo deseado; el proceso que realizan es:

- el captar el contrato con las entidades públicas o privadas para la confección de las prendas a realizar es ahí donde piden la cantidad de van a desear por talla, modelo, color y calidad
- Fijan el precio correcto de acuerdo a la confección (modelos, talla, color, etc.).
- Luego pasan a llamar a sus proveedores de telas que la mayoría están en lima piden por fardos de acuerdo a la producción a realizar.
- Realizan la compran de los materiales que son los botones, los hilos, agujas, hilo para remallar de acuerdo al color solicitante etc.
- Luego pasan al corte de la tela con la maquina llamada la cortadora que ya previamente está marcado por los moldes.
- Pasan al armado de las prendas.
- Ya para finalizar realizan lo que es la limpieza total de la prenda y el embolsado para la entrega correcta del producto.

Gestión de Calidad

La misión de las micro y pequeñas empresas es que lleven la gestión de calidad a enfocarla hacia una efectividad organizacional en la calidad absoluta del producto, así mismo ofreciendo un buen sistema de gestión de calidad dentro del negocio la cual garantizará a la empresa la satisfacción de los requerimientos de sus clientes, tanto en lo que respecta a la prestación del servicio o a lo que ofrece el producto en sí.

En la Atención del Cliente

las micro y pequeñas empresas de confección y venta de uniformes en general es muy exigida, los clientes son aquellos que por más que quizás estén equivocados ellos siempre tienen la razón por el simple hecho que adquieren el producto pero más allá de todo esto muchas de estas pequeñas empresas buscan satisfacer las necesidades de sus clientes, como el confeccionar ropa en general de acuerdo a su medida, son pocas las empresas que brindan este tipo de servicio pero son las que más trabajo dan por el mismo echo de cortar la tela a medida pero lo hacen para que la mayoría de los clientes buscan este tipo de confección, los clientes son ahora mucho más exigentes y especiales al adquirir un producto son muy observadores porque siempre buscan los bueno, lo bonito y lo barato para beneficio de los mismo; los que están haciendo indiferente a los clientes son aquellos comerciantes informales quienes no dan un buen trato al consumidor por esos que las micro y pequeñas empresas de confección y venta en general luchan en contra de estos tipos de vendedores informales, en parte perjudica el negocio; no obstante los supermercados de la localidad ahora también ofrecen uniformes escolares, todo esto esta perjudicando a las micro y pequeña empresa del sector la ventaja de estos supermercados son que los clientes pueden pagar a cuotas mientras que en una pequeñas empresas no encuentran muchas veces esta facilidad de pago más que la calidad; lo que se busca es la mejora en la atención al cliente y el servicio para que los clientes se puedan fidelizar más allá de todo.

III. HIPÓTESIS

No existe hipótesis por ser una investigación de tipo descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de Investigación

En el presente estudio se realizó el diseño no experimental porque la variable se va estudiar conforme a la realidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro de confección y venta de uniformes en general distrito de nuevo chimbote, 2016.

Fue transversal porque tiene un tiempo determinado con un inicio y un fin específicamente el año 2016.

Fue descriptivo por que solamente describió las características de los representantes, Micro y Pequeñas empresas y de la variable atención al cliente.

4.2. Población y Muestra

Población

El siguiente estudio se realizó a través de un sondeo de mercado en la localidad el cual se obtuvo una población de 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro de confección y venta de uniformes en general del distrito de nuevo chimbote, 2016. (ver anexo N° 3).

Muestra

Se utilizó una muestra de 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro de confección y venta de uniformes en general del distrito de nuevo chimbote, 2016. (ver anexo N°3).

4.3. Definición y Operacionalización de la variable

Variable	Definición	Dimensiones
Gestión de Calidad	Conocimiento en el trabajo para poder tener buen clima laboral con los trabajadores y así poder obtener recursos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y tener resultados favorables para la empresa.	Conocimiento
		Trabajo
		Recursos
		Satisfacción
		Resultados
Atención al cliente	El la acción que realiza la empresa hacia su público para que ofrezcan o realicen dichos proceso de ventas adecuados; por eso es importante que el personal cuente con prácticas realizadas antes para la mejora en atención al cliente y lograr así su satisfacción del mismo.	Acción
		Procesos
		Practicas
		Atención al cliente
		Logro

4.4. Técnicas y Instrumentos

En el presente estudio se aplicó la encuesta a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro de confección y venta de uniformes en general del distrito de nuevo Chimbote, 2016 que constó de 23 interrogantes que se distribuyó de la siguiente manera son 5 de los representantes, 4 de las micro y pequeñas empresas, 6 fueron de la variable de Gestión de Calidad, 8 que son las técnicas administrativa atención al cliente. (ver anexo N°4)

4.5. Plan de Análisis

Se aplicó una encuesta a los representantes cuales nos proporcionaron de una manera favorable la información necesaria, se aplicó también el programa excel para elaborar tablas de frecuencia absoluta y relativa ya que este programa cuenta con funciones de conteo sistemático estableciéndose para ello criterios de conteos predeterminados se utilizara el word, para el trabajo de investigación y el PDF para la presentación y evaluación del jurado de investigación, se elaboró además las figuras circulares (ver anexoN°6) cuales permitirán visualizar la distribución de los datos en categorías que serán objeto del análisis dentro de la investigación además dio un análisis de resultado descriptivo por que se va utilizar la recopilación de información .

4.6 Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA	TÉCNICAS E INSTRUMENTO
¿Cuales son las principales Características de Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas sector Comercio, rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General Distrito de Nuevo Chimbote,2016?	<p>General: -Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección y venta de uniforme en general distrito de nuevo chimbote ,2016.</p> <p>Específicos: -Determinar las principales racterísticas de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro de confección y venta de uniformes en general distrito de nuevo Chimbote ,2016. -Determinar las principales características de la micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro de confección y venta de uniformes en general distrito de nuevo Chimbote ,2016. -Determina los principales características de a gestion de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector comercio,rubro confeccion y venta de uniformes en general distrito de nuevo chimbote ,2016.</p>	Gestión de Calidad	<p>-El siguiente estudio se realizó a través de un sondeo de mercado en la localidad el cual se obtuvo una población de 10 Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro de confección y venta de uniformes en general del distrito de nuevo Chimbote,2016.</p> <p>-Se utilizó una muestra de 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro de confección y venta de uniformes en general distrito de nuevo Chimbote,2016.</p>	<p>Diseño de Investigación: -En el presente estudio se realizó el diseño no experimental porque la variable se va estudiar conforme a la realidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro de confección y venta de uniformes en general distrito de nuevo chimbote,2016.</p> <p>-Fue transversal porque tiene un tiempo determinado con un inicio y un fin específicamente el año 2016.</p> <p>-Fue descriptivo por que solamente describió las características de los representantes, Micro y Pequeñas empresas y de la variable atención al cliente.</p>	<p>En el presente estudio se aplicó la encuesta a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro de confección y venta de uniformes en general del distrito de nuevo Chimbote,2016. Que consto de 23 interrogantes que se distribuyo de la siguiente manera son 5 de los representes , 4 de las micro y pequeñas empresas, 6 fueron de la variable de Gestión de Calidad, 8 que son las técnicas administrativa atención al cliente.</p>

4.7 Principios Éticos:

Confidencialidad: este trabajo de investigación queda en reserva en los archivos de la universidad hasta que la información obtenida salga a la luz una vez autorizada por el propietario.

Confiabilidad: Los datos de mi investigación son confiables porque han sido obtenidas de libros físicos como virtuales siendo en sí de autores reconocidos, tesis, páginas de internet, periódicos y entrevistas.

Respeto a la persona: es uno de los valores morales más importantes que tenemos en cuenta en nuestro trabajo de investigación de campo, pues fué muy fundamental para lograr una armoniosa interacción social y el respeto mutuo con el representante.

Puntualidad: La puntualidad fue la diligencia perfecta para hacer las cosas a su debido tiempo por eso se tomó en cuenta en nuestro trabajo de investigación mayor responsabilidad y se llegó a un lugar y a la hora adecuada.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 01. Características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del Sector Comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

Datos Generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad		
18 a 30 años	0	0,0
31 a 50 años	2	20,0
51 a más años	8	80,0
Total	10	100,0
Género		
Masculino	2	20,0
Femenino	8	80,0
Total	10	100,0
Grado de Instrucción		
Sin instrucción	0	0,0
Primaria	0	0,0
Secundaria	0	0,0
Superior no	0	0,0
Superior universitaria	10	100,0
Total	10	100,0
Cargo que Desempeña		
Administrador	0	0,0
Dueño	10	100,0
Total	10	100,0
Tiempo en el Cargo		
0 a 3 años	0	0,0
4 a 6 años	0	0,0
7 a más años	10	100,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

Tabla 02. Características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de nuevo chimbote,2016

De la Empresa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de Permanencia en el Rubro		
0 a 3 años	0	0,0
4 a 6 años	0	0,0
7 a más años	10	100,0
Total	10	100,0
Número de Trabajadores		
1 a 5 trabajadores	0	0,0
6 a 10 trabajadores	9	90,0
11 a más trabajadores	1	10,0
Total	10	100,0
Los Trabajadores Son		
Familiares	0	0,0
Personas no familiares	10	10,0
Total	10	100,0
Objetivo de Creación		
Generar ganancias	10	10,0
Subsistencia	0	0,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector Comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

Tabla 03. Característica de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

Gestión de Calidad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el término Gestión de Calidad		
Si	0	0,0
No	10	100,0
Total	10	100,0
Técnicas de Gestión de Calidad conoce:		
Benchmarking	0	0,0
Red- Corporativa	0	0,0
Empowerment	0	0,0
Las 5s	10	100,0
Outsorsing	0	0,0
Otros	0	0,0
Total	10	100,0
Dificultades para su implementación		
Poca Iniciativa	0	0,0
Aprendizaje lento	0	0,0
No se adaptan a los cambios	4	40,00
Desconocimiento del puesto	6	60,00
Otros	0	0,0
Total	10	100,0
Técnicas de Medición del Rendimiento		
Observación	10	100,0
Evaluación	0	0,0
Escala de Puntuación	0	0,0
Evaluación de 360°	0	0,0
Otros	0	0,0
Total	10	100,0
La Gestión de Calidad Mejora el Rendimiento del Negocio		
Si	10	100,0
No	0	0,0
Total	10	100,0
La gestión de Calidad Ayuda a alcanzar los Objetivos del Negocio		
Si	10	100,0
No	0	0,0
Total	10	100,0

Continua..

Tabla 03. Característica de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

Concluye.

Atención al cliente	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el termino Atención al cliente		
Si	10	100,0
No	0	0,0
Total	10	100,0
Aplica la Gestión de Calidad en el Servicio a sus Clientes		
Si	10	100,0
No	0	0,0
Total	10	100,0
La Atención al Cliente es Fundamental para su Regreso		
Si	10	100,0
No	0	0,0
Total	10	100,0
La Atención que Brinda es		
Buena	7	30,0
Regular	3	30,0
Malo	0	0,0
Total	10	30,0
Considera que da una Mala Atención al Cliente		
. No tiene suficiente personal	0	0,0
.Por mala organización de los trabajadores	3	30,0
. Si brindan una buena	7	70,0
Total	10	100,0
Aplica Técnicas Modernas en atención al Cliente		
Si	8	80,0
No	2	20,0
Total	10	100,0
La Empresa es Eficiente cuando Atiende y da Solución a los Reclamos		
Si	10	100,0
No	0	0,0
Total	10	100,0
La Atención al Cliente permite el Posicionamiento de su Empresa		
Si	10	100,0
No	0	0,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

5.2. Análisis de los Resultados

Referente a la Tabla 01. Características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del Sector Comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

Edad de los representantes: El 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de entre 51 a más años (Tabla 01), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Gómez (2016) quien manifiesta que el 35,7% tienen una edad entre los 40 a 50 años. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, Distrito de Nuevo Chimbote, sus representantes cuentan con edad de 51 a más años ya que son personas que se han capacitado por el transcurso de la vida la cual han obtenido las experiencias necesarias para surgir en su negocio.

Género de los representantes: El 80% de los representantes de el micro y pequeñas empresas son del género Femenino (Tabla 01), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Rondoy (2014) quien establece que el 60 % de los empresarios son de sexo femenino, de igual modo los resultados contrastan con los resultados encontrados por Valderrama (2015) quien menciona que el 50% de los representantes del rubro confeccion y ventas de uniformes en general son de sexo femenino; del mismo modo contrastan con los resultados encontrados por Gómez (2016), quien menciona que el 64,3% de los encuestados son del sexo femenino. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y ventas de uniformes en general, Distrito de Nuevo Chimbote, están dirigidas por mujeres; ya que son ellas las que han emprendido motivadas por sus hijos y familia, son capaces de liderar grupos en su totalidad la facilidad de saber dirigir les ayudado mucho a crecer en su negocio.

Estudios de los representantes: El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios superior universitaria (Tabla 01), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Valderrama (2015) quien indica que el 53.3% de los representantes tienen estudios universitarios; a su vez los resultados contrastan con los resultados encontrados por Gómez (2016) quien determina que el 64,3% de los representantes han concluido sus estudios secundarios.

Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, está dirigido por personas que tienen estudios superior universitaria; por esta razón esto favorece a su desarrollo dentro de la organización teniendo también en sí conocimientos básicos para defenderse ante cualquier situación que se pueda generar, estos conocimientos ayudara a que como líderes puedan sobresalir y cada día aprender más para forjar una empresa mejor.

Con respecto a los puestos de los representantes: El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños (Tabla 01), Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, sus representantes son los dueños; por ser pequeñas empresas los dueños pocas veces invierten en personal administrativo mayormente son ellos mismo quienes se encargan de toda el mecanismo de la empresa solo contratan personal para sus ventas y almacén.

Cargo que desempeñan los representantes: El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas desempeña el cargo de 7 a más años (Tabla 01), Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, sus representantes desempeñan el cargo de 7 a más años; esto hace propicio a la experiencia necesaria dentro de su negocio la cual genera más seguridad al momento de hacer sus operaciones administrativas, contables y además liderando de una forma particular dentro de su organización.

Referente a la Tabla 02. Características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de nuevo chimbote, 2016.

Tiempo en el rubro de las Micro y Pequeñas empresas de los representantes: El 100% de las micro y pequeñas empresas permanece en el rubro más de 7 años (Tabla 02). Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Rondoy (2014) quien establece que el 40% de las micro y pequeñas empresas tiene de 7 más años en el rubro de confección de ropa.

Pero los resultados también contrastan con los resultados encontrados por Valderrama (2015) quien manifiesta que el 60% de las micro y pequeñas empresas tienen una antigüedad mayor a 10 años; de igual modo se contrastan con los resultados encontrados por Gómez (2016) quien especifica que el 57,1% de las micro y pequeñas empresas tienen de antigüedad de 8 años a más en el rubro. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, permanece en el rubro más de 7 a más años; ya que estas tiendas cuentan con clientes selectos para su adquisición de diversos productos y sobre todo porque se encuentran ubicadas en zonas comerciales mas transitadas las cuales ayudan a su progreso.

Número de trabajadores de las Micro y Pequeñas empresas: El 90% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 6 a 10 trabajadores (Tabla 02), Pero estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Rondoy (2014) quien manifiesta que el 45% de las micro y pequeñas empresas tiene de 1 a 2 trabajadores laborando en el rubro de confección de ropa. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, cuentan con 6 a 10 trabajadores; estas micro y pequeñas empresas no requieren de mucho personal ya que el trabajo que puedan realizar es mas practico y reducido la manera de producción y avanse es lento, por eso es suficiente poco personal para un mejor desenvolvimiento dentro de la organización.

Parentesco de los trabajadores de los representantes: El 100% de Los trabajadores de las micro y pequeñas empresas son personas no familiares (Tabla 02). Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, estas empresas prefieren trabajar con personas no familiares ya que pueden darles obligación y reglas correspondiente al negocio asi sea un ambiente más comfortable y con mayor disciplina.

Objetivo de la creación de la empresa de los representantes: El 100% de las micro y pequeñas empresas tiene por objetivo de creación de su negocio el generar ganancias (Tabla 02). Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Vélchez (2013) quien establece que el 60% solventa muy bien sus gastos a corto y largo plazo, pero los resultados contrastan con los resultados encontrados por Rondoy (2014) quien especifica que el 65% de los encuestados de los negocios de ropa, señala tener conocimiento y llevar una adecuada gestión financiera que les brinda una adecuada rentabilidad. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, por esta razón prefieren generar ganancias para un futuro mejor dentro de su organización y puedan extinguirse más aun dentro de la sociedad para que logren ser reconocidas en el mercado local a su vez logren conseguir mayor rentabilidad comercial.

Referente a la Tabla 03. Característica de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

Si conocen el termino Gestión de Calidad: El 100% de las micro y pequeñas empresas no conoce el término gestión de calidad (Tabla 03). Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Vélchez (2013) quien establece que el 67% de los representantes no conocen la variable, pero los resultados contrastan con los resultados encontrados por Rondoy (2014) quien manifiesta que el 65% de los representantes no conocen de la variable; de igual modo se contrastan con los resultados encontrados por Gómez (2016) quien especifica que el 57.1% no tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote. Desconocen del termino de gestión de calidad por falta de investigación de información a través de charlas sobre el tema, ya que muchas veces solo se enfocan en la producción mas no en lo teórico para un reforzamiento a su capacidad como líderes de su negocio y puedan producir de una manera mas garantizada.

Técnicas modernas de Gestión de calidad: El 100% de las micro y pequeñas empresas conocen las técnicas de gestión de calidad las 5s (Tabla 03). Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote. Conocen más de esta técnica ya que son las más accesibles a su mercado y más rápido de diferenciarla ya que se enfocan en 5 puntos básicos que le facilita de conocimiento y comparación oportuna.

Dificultades que se encuentra para la implementación de Gestión de Calidad: El 60% del personal de las micro y pequeñas empresas presentan dificultades para la implementación de gestión de calidad por desconocimiento del puesto (Tabla 03), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Rondoy (2014) quien define que el 85% de sus trabajadores no están comprometidos con los objetivos de la empresa, pero los resultados contrastan con los resultados encontrados por Navarro (2015) quien manifiesta que el 35.0% persiste de interés sincero de los colaboradores por resolver problemas en rubro confecciones de traje de fiesta, de igual modo se contrasta con los resultados encontrados por More (2016) quien determina que el 100% de los encuestados determina que el personal que labora en su empresa cumple oportunamente con sus funciones y responsabilidades. Esto demuestra en su mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote. Muchos de los empleados presentan dificultades al momento de expresar sus conocimientos o habilidades por que el autoritismo que presentan los dueños es tan drastico que hacen que los trabajadores tengan una manera de trabajar muy pesimista, además no se por darles conocimientos extras solo suelen trabajar bajo una misma burocracia organizacional.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen técnicas de medición del rendimiento atraves de la observación (Tabla 03). Esto demuestra en su totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, Los dueños trabajan a través de la técnica de observación porque les parece ver de una forma diferente el desenvolvimiento de cada uno de sus trabajadores y calificarlos de acuerdo a su producción dentro de la organización todo eso se puede relacionar al trabajar bajo presión.

Gestión de calidad en el rendimiento del negocio mejora en: El 100% de las micro y pequeñas empresas si presentan una gestión de calidad en la mejora del rendimiento del negocio (Tabla 03). Esto demuestra en su totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, la gestión de calidad ayuda a la mejora de toda la organización no solo en la entrega del producto si no desde la adquisición de la materia prima, así generara mayor estabilidad en su organización.

Objetivos de la Gestión de calidad en el negocio: El 100% de las micro y pequeñas empresas conocen que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos del negocio (Tabla 03). Esto demuestra en su totalidad que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, que la gestión de calidad ayuda a alcanzar nuestro objetivos propuestos a través de la buena producción y buena organización en su totalidad a los objetivos trazados.

Término atención al cliente: El 100% de las micro y pequeñas empresas conoce el término de atención al cliente (Tabla 03). Esto demuestra en su totalidad que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, facilita que los representantes realicen un mejor trabajo al momento de atender a su público determinado para ofrecerles la atención adecuada y favorable para el negocio.

Gestión de Calidad en el servicio que brinda a sus clientes: El 100% de las micro y pequeñas empresas aplica la gestión de calidad en el servicio a sus clientes (Tabla 03). Esto demuestra en su totalidad que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, aplica la gestión de calidad en el servicio a sus clientes para que puedan brindarles confianza al momento de comprar para que regresen nuevamente a su negocio y así manejen un marquetin de boca a boca.

Atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento: El 100% de las micro y pequeñas empresas la atención al cliente si es fundamental para su regreso (Tabla 03). Esto demuestra en su totalidad que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, a través de la atención al cliente podemos hacer que nuestros clientes se puedan fidelizar en adquirir el producto brindado, también el buen trato cordial y de respeto se hace que el cliente vuelva de manera voluntaria mas no por fuerza a la micro y pequeña empresa.

La atención que brinda a los clientes: El 70% de las micro y pequeñas empresas brindan una buena atención a su clientes (Tabla 03), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Gómez (2016) quien manifiesta que el 100% aseguran tener un trato amable con el cliente. Esto demuestra en su mayoría que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, en su prioridad está el servir de manera efectiva a su clientela haciéndole a su gustos su confección ya que es un trabajo que toma tiempo y dedicación para su elaboración y se puedan sentir satisfechos de su pedido.

Lo que se considera que se está dando una mala atención al cliente: El 70% de las micro y pequeñas empresas consideran brindar una buena atención al cliente, el 30% de las micro y pequeñas empresas considera que da una mala atención al cliente por la mala organización de los trabajadores (Tabla 03), esto demuestra en su mayoría que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confección y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, consideran brindar una buena atención al cliente por que al momento de entregar sus pedidos hacen que sus clientes se sientan satisfechos y contentos de la entrega de sus productos la cual generara que lo recomienden por el trabajo logrado.

La aplicación de las técnicas modernas de atención al cliente dentro de su microempresa: El 80% de las micro y pequeñas empresas aplica técnicas modernas en atención al cliente pero el 20% no realiza este tipo de técnicas modernas en atención al cliente(Tabla 03), Esto demuestra en su mayoría que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, aplican en su mayoría estas técnicas para ofrecer rapidez en los productos ya confeccionados ,la velocidad de poder atender con la ventaja de utilizar la tecnología ayuda a que se pueda vender en el menor tiempo posible.

La empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes:

El 100% de las micro y pequeñas empresas es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos (Tabla 03), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Navarro (2015) quien establece que el 57.5% muestran preocupación por sus clientes, pero los resultados contrastan con los resultados encontrados por More (2016) quien manifiesta que el 70% de las micro y pequeñas empresas gestiona las quejas y reclamos de los clientes para proceder o continuar a una mejora continua, de igual modo se contrastan con los resultados encontrados por Gómez (2016) quien define que el 78.6% muestran interés en dar soluciones a los problemas que se presentan con sus clientes. Esto demuestra en su totalidad que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, los representantes de las micro y pequeñas empresas dan prioridad a este sistema de reclamos directo para que se prestigien aún más en su confección, asumiendo las responsabilidades de una mala confeccion o falla ante el producto para hacer la devolución o arreglo correspondiente.

La atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado

El 100% de las micro y pequeñas empresas de la atención al cliente permite el posicionamiento de la misma (Tabla 03), Esto demuestra en su totalidad que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro confeccion y venta de uniformes en general, distrito de nuevo chimbote, a través de la buena atención al cliente por las diversas recomendaciones de su clientela busca llegar a posicionarse de manera progresiva en el mercado para tener mayor reconocimiento por el producto elaborado y el buen servicio brindado.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro confección y ventas de uniformes en general, distrito de Nuevo Chimbote, 2016, tienen el grado de instrucción superior universitaria, son dueños de su negocio. La mayoría absoluta están dirigidos por personas de 51 a más años y son del género femenino.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro confección y ventas de uniformes en general, distrito de Nuevo Chimbote, 2016, tiene más de 7 años de permanencia en el rubro, los trabajadores son personas no familiares, su objetivo de creación es poder generar ganancias y la mayoría absoluta tiene de 6 a 10 trabajadores.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro confección y ventas de uniformes en general, distrito de Nuevo Chimbote, 2016, conoce el término de Gestión de Calidad, cuenta con la técnica de Gestión de Calidad de las 5s, utiliza la observación como técnica de medición de rendimiento, consideran que la Gestión de Calidad mejora el rendimiento del negocio, ayuda a alcanzar los objetivos del negocio. La mayoría absoluta brinda una buena atención al cliente, aplica técnicas modernas en atención al cliente. La mayoría relativa tiene dificultades para su implementación por falta de desconocimiento al puesto, conocen el término de atención al cliente, aplican la gestión de calidad en el servicio a sus clientes, considera que la atención al cliente es fundamental para su regreso, son eficientes cuando atienden y dan solución a los reclamos y la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa.

RECOMENDACIONES

Teniendo conocimiento acerca de gestión de calidad tomen en cuenta la importancia que tiene el adaptarse a estos nuevos cambios, hará que la empresa pueda diferenciarse con nuevos éxitos en su organización, producción y atención para satisfacer a su clientela, el aplicar las técnicas de gestión de calidad y la medición de rendimiento ayudará alcanzar objetivos establecidos para una mejor producción y cumplimiento de nuestros colaboradores.

Así mismo tener en cuenta la contratación de un buen personal que cumpla con el perfil adecuado, otra es la buena gestión de calidad en el servicio así contaremos con su regreso de los clientes al local nuevamente, aplicar las técnicas de atención al cliente es una ventaja para mejor eficientemente en la atención.

La buena atención al cliente, este se debe realizarse en todos los sentidos que se considera desde la parte interna como externa de la empresa, el poder dar soluciones inmediatas a lo que el cliente está solicitando así pueda persistir en el mercado brindando una atención de calidad. Por último yo recomendaría utilizar la técnica de evaluación de 360 ° ya que ésta permite el desarrollo organizacional es parte de una constante capacitación por parte de los colaboradores siendo en todo caso una evaluación en todos los ámbitos para que sepa formarse en diferentes áreas sin necesidad de desconfiar de estar a su lado, el evaluador permitirá ver que habilidad que destaca dentro de la organización.

Referencias

- Alma, (2011). *Panamá con fallas en calidad de atención: El capital*. Recuperado de el capital financiero.com web site: <https://elcapitalfinanciero.com/panama-con-mala-calidad-de-atencion/>
- Angeles, a. (2010). *La Gestión de Calidad ante la Actual Dimensión Universitaria en España*. scielo, Vol. 3(2), 29-36. Recuperado de scielo web site: <http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718->
- Cieza, E. (2014) “*Gestión de calidad y formalización de la mypes del sector comercio rubro – compra y venta de calzado en el centro comercial “el virrey” trujillo, año 2013. (Tesis de pregrado), universidad católica los ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú.*
- Deulofefeu, J. (2012). *Gestión de calidad total en el retail*. difusora larousse - ediciones Pirámide. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>.
- Diaz, M. (2014). *Atención básica al cliente: manual teórico*. Editorial CEP, Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034235https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=4184455>.
- Fernando, R. (2014). El sector textil-confecciones peruano ha perdido su brillo. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/sector-textil-confecciones-peruano-perdido-brillo-179574>.
- Florence, G. (2014). *La caja de herramientas: control de calidad*. Grupo Editorial Patria. Recuperado: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3227692>

Jaime, O. y. (2016). Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la norma ISO 2015. Ecoe Edicione, Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=48705> 75.

Jesús, A. (2012). Aspectos clave de la integración de sistemas de gestión. AENOR - asociación española de normalización y certificación. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=32050> 35.

Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, ley N° 28015 (2003). Recuperado: www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

Manuel, C.(2013). Gestión de calidad y prevención de riesgos laborales y medioambientales (UF0721). IC Editorial. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=41840> 53

Manuel, D. (2014). Atención básica al cliente. Editorial CEP, S.L. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=41844> 54

Marcelino Mariana, D. (2014). Administración de la calidad. grupo editorial patria. Recuperado: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3227569>

More, A. (2016) “Caracterización de gestión de calidad y formalización de las mype comercializadoras de ropa para bebés de las galerías ubicadas en av. blas de atienza, piura, año 2014”. (Tesis de pregrado), universidad católica los ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039282>

- Poma, J. (2015) “Caracterización de la gestión de calidad bajo el cumplimiento del procedimiento de compras en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro venta minorista de artículos de ferretería en el distrito de huaras 2015”. (Tesis de pregrado, universidad católica los ángeles de Chimbote).Chimbote, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038640>
- Ricardo, A. y. (2011). PYMES: reflexiones para la pequeña y mediana empresa en Colombia. Editorial Politécnico Grancolombiano. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3216886#>
- Rondoy, M. (2014) “Caracterización de la gestión de calidad y rentabilidad de las mypes comerciales rubro confección de ropa en la ciudad de sullana región piura año 2014”. (Tesis de pregrado, universidad católica los ángeles de Chimbote).Chimbote, Perú. Recuperado de:<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=0000003861>
- Teresa. (2013). Gestión integral. Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=4499386>
- Teresa, M. (2010). Normas de Calidad en Italia. Recuperado de scribd web site: <https://es.scribd.com/doc/58946798/normas-calidad-italia>
- Vargas Martha, L. (s.f.). Calidad y servicio. 2014: Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=4870515>

Valderrama, S. (2015) “Gestión de calidad y competitividad de las mypes del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014”. (Tesis de pregrado, universidad católica los ángeles de Chimbote).Chimbote, Perú. Recuperado de:<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037812>

Vílchez, J. (2013) “Gestión de calidad y rentabilidad de las mypes comerciales rubro confección de ropa en la provincia de sullana (piura) año 2012”. (Tesis de pregrado, universidad católica los ángeles de Chimbote).Chimbote, Perú. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034422>

Yadira, J. (2014). Las mypes en Chimbote: ¿cómo aceleramos el motor? (A. R. Acosta, Ed.) EL FERROL. Recuperado de
<http://www.elferrolchimbote.com/index.php/especiales/1414-las-mypes-en-chimbote-como-aceleramos-el-motor>

ANEXOS

Anexo 01

Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. Proyecto de Investigación	X	X	X	X											
2. revision y Aprobación del proyecto de investigación					X										
3. informacion preliminar del informe de tesis y la Introducción						X									
4. revision de Literatura							X	X							
5. metodología, resultados y conclusiones de la investigación									X	X					
6. Presentación y Evaluación del informe final de tesis											X	X	X		
7. elaboración de artículo científico														X	
8. pre banca de sustentation															X

Anexo 02

PRESUPUESTO SERVICIOS:

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
PASAJE	8	4.60	36.80
IMPRESIONES	180	0.20	36.00
USB	1	30.00	30.00
LAPICEROS	5	1.00	5.00
FOLDER	5	0.80	4.00
EMPASTADO	5	45.00	225.00
INTERNET	4GB	170.00	170.00
TELEFONO		130.00	130.00
LUZ		140.00	140.00
TALLER DE TESIS	-	2100.00	2100.00
		total	2,876.80

FINANCIAMIENTO:

Autofinanciado por la investigadora.

Anexo 03

Población Y Muestra

N°	REPRESENTANTE LEGAL	UBICACIÓN	RUC
01	TEXTIL BENNY REPRESENTANTE: BENEDICTA DOROTEO LOYOLA	LOS CIPRECES F-52 – NUEVO CHIMBOTE	10328222651
02	RECORD SPORT REPRESENTANTE: GISELA GARCIA CARRERA	AV. PACIFICO I.2-50 NUEVO CHIMBOTE	20445637387
03	ROJITAS SPORT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	AV.PACIFICO 488 NUEVO CHIMBOTE	20600001176
04	CONFECCIONES LUAMA REPRESENTANTE: MARLEY PINEDO YOVERA	URB. UNICRETO MZ T3 LOTE 67- NUEVO CHIMBOTE	10328728759
05	TEXTIL GUADALUPE REPRESENTACIONES KAMELY EIRL REPRESENTANTE: JOSE YOVERA FLORES	AV. PACIFIC I.2-55 NUEVO CHIMBOTE	20231126474
06	CONFECCIONES KARITO REPRESENTANTE: PILAR DEL ROSARIO YUPANQUIZAMORA	AV. PACIFIC URB.LOS OLIVOS MZ F6-LT33- NUEVO CHIMBOTE	10327396949
07	SERVICIOS Y CONFECCIONES CALDERON S.R.L REPRESENTANTE: JULIO	AV. TANGAY MZ.M LT.8 PP.JJ.3 DE OCTUBRE- NUEVO CHIMBOTE	20220734944
08	CONFECCIONES KEMELL REPRESENTANTE: KARLA PAMELA MILUSCA MELGAREJO MONTANO	MZA. 16 LOTE. 5 P.J. 1 DE MAYO -NUEVO CHIMBOTE	10724100282
09	CONFECCION Y CREACIONES TANY REPRESENTANTE: VALENCIA LAIZA TANIA DANICELA	MZA. T LOTE. 7 A.H. SATELITE- NUEVO	10469002999
10	CONFECCIONES KARINA	LOS CIPRECES F-56-NUEVO CHIMBOTE

Anexo 04

Hoja de Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: *GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO CONFECCIÓN Y VENTA DE UNIFORMES EN GENERAL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2016* Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- 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 a más años

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Cómo conoce el término Gestión de Calidad?

- a) Sí
- b) No

11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?

- a) Benchmarking
- b) red-corporativas
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) Outsourcing
- f) Otros

12. ¿Qué dificultades 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

13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

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

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

- a) Sí
- b) No

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

- a) Sí
- b) No

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al cliente?

- a) Sí
- b) No

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

- a) Sí
- b) No

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

- a) Si
- b) No

19.La atención que brinda a los clientes es:

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

20. Por que considera usted que se está dando una mala atención al cliente

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

21.¿Que técnicas modernas de atención al cliente aplica dentro de su microempresa.

- a). La calidad de la voz
- b). La atención telefónica
- c). Cumplir con las necesidades del cliente

22 .¿Cree ud. Que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?

- a. Si
- b. No

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

- c. Si
- d. No

Anexo 05

Hoja de Tabulación

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
1.- Edad	18 a 30 años		0	0,0
	31 a 50 años	II	2	20,0
	51 años a más	III IIII	8	80,0
	Total	10	10	100,0
2.- Género del Representante	Masculino	II	2	20,0
	Femenino	III IIII	8	80,0
	Total	10	10	100,0
3.- Grado de Instrucción	Sin Instrucción		0	0,0
	Primaria		0	0,0
	Secundaria		0	0,0
	Superior no		0	0,0
	Superior Universitaria	IIII IIII	10	100,0
Total	10	10	100,0	
4.- Cargo que Desempeña	Dueño	IIII IIII	10	100,0
	Administrador		0	0,0
Total	10	10	100,0	
5.-Tiempo en el Cargo	0 a 3 años		0	0,0
	4 a 6 años		0	0,0
	7 a más años	IIII IIII	10	100,0
	Total	10	10	100,0
6.- Tiempo de Permanencia en el Rubro	0 a 3 años		0	0,0
	4 a 6 años		0	0,0
	7 a más años	IIII IIII	10	100,0
	Total	10	10	100,0
7.- Número de Trabajadores	1 a 5 trabajadores		0	0,0
	6 a 10 trabajadores	IIII IIII	0	90,0
	11 a más trabajadores	I	1	10,0
	Total	10	10	100,0
8.-Personas que la empresa	Familiares		0	0,0
	Personas no familiares	IIII IIII	10	100,0
	Total	10	10	100,0
9.- Objetivo de Creación	Obtener ganancias	IIII IIII	10	100,0
	Subsistencia		0	0,0
	Total	10	10	100,0
10.- Conoce el término gestión de calidad	NO	IIII IIII	10	100,0
	SI		0	0,0
	Total	10	10	100,0
11.- Técnicas Gestión De Calidad	Benchmarking		0	0,0
	Red- corporativa		0	0,0
	Empowerment		0	0,0
	La 5s	IIII IIII	10	100,0
	Outsorsing		0	0,0
	otros		0	0,0
	Total	10	10	100,0

Continua...

Preguntas	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
12.Implementación Gestión de Cali Cronograma de Actividades	Poca Iniciativa		0	0,0
	Aprendizaje lento		0	0,0
	No se adaptan a los	III	4	40,0
	Desconocimiento del	III I	6	60,0
	Otros		0	0,0
	Total	10	10	100,0
13. Técnicas de Medición del Rendimiento	Observación	III-III	10	100,0
	Evaluación		0	0,0
	Escala de Puntuación		0	0,0
	Evaluación de 360°		0	0,0
	Otros		0	0,0
	Total	10	10	100,0
14.- La Gestión de calidad mejora el rendimiento del	Si	III III	10	100,0
	No		0	0,0
	Total	10	10	100,0
15.-La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos del	SI	III III	10	100,0
	NO		0	0,0
	Total	10	10	100,0
16.- Conoce el termino Atención al	SI	III III	10	100,0
	No		0	0,0
	Total	10	10	100,0
17.- Aplica la gestión de calidad en el servicio a	Si	III III	10	100,0
	No		0	0,0
	Total	10	10	100,0
18.-La atención al cliente es fundamental	Si	III III	10	100,0
	No		0	0,0
	Total	10	10	100,0
19.-La atención que brinda es	Buena	III II	7	70,0
	Regular	III	3	30,0
	Malo		0	0,0
	Total	10	10	100,0
20.-Considera dando una mala cliente	No tiene suficiente personal		0	0,0
	Por una mala organización de los trabajadores	III	3	30,0
	Si brindan una buena atención al cliente	III II	7	70,0
	Total	10	10	100
21.-Aplica tecnicas modernas en	Si	III III	10	100,0
	No		0	0,0
	Total	10	10	100,0
22.- La empresa es eficiente cuando atiende y	Si	III III	10	100,0
	No		0	0,0
	Total	10	10	100,0
23.-La atención al cliente permite el posicionamiento	Si	III III	10	100,0
	No		0	0,0
	Total	10	10	100,0

Concluye:

Anexo 06

FIGURAS.

1.- Respecto a las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

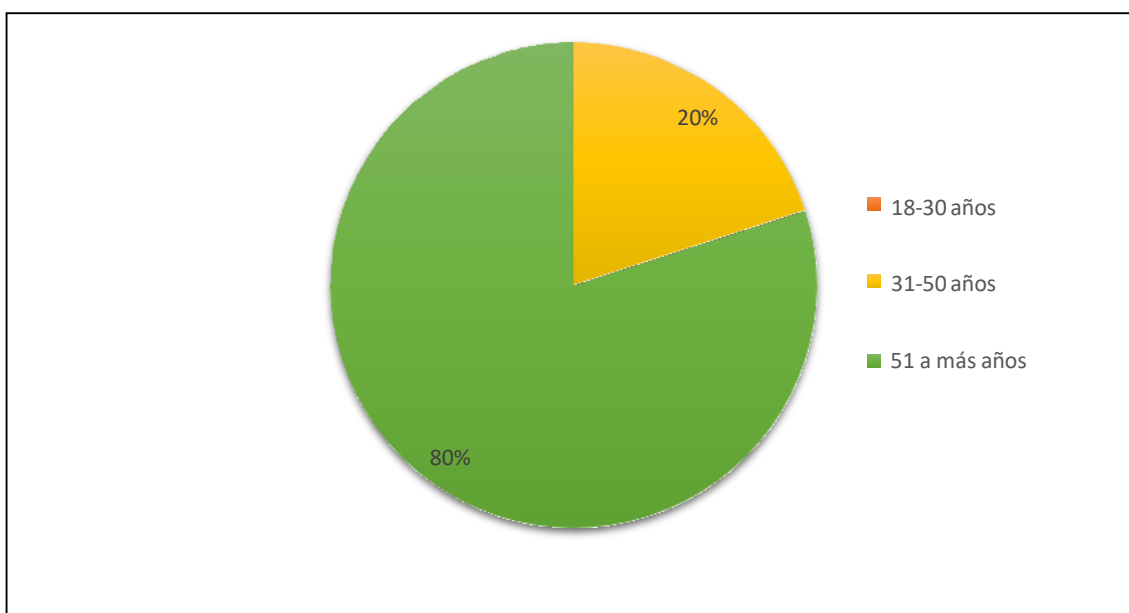


Figura 1: Edad del Representante

Fuente: Tabla 01.

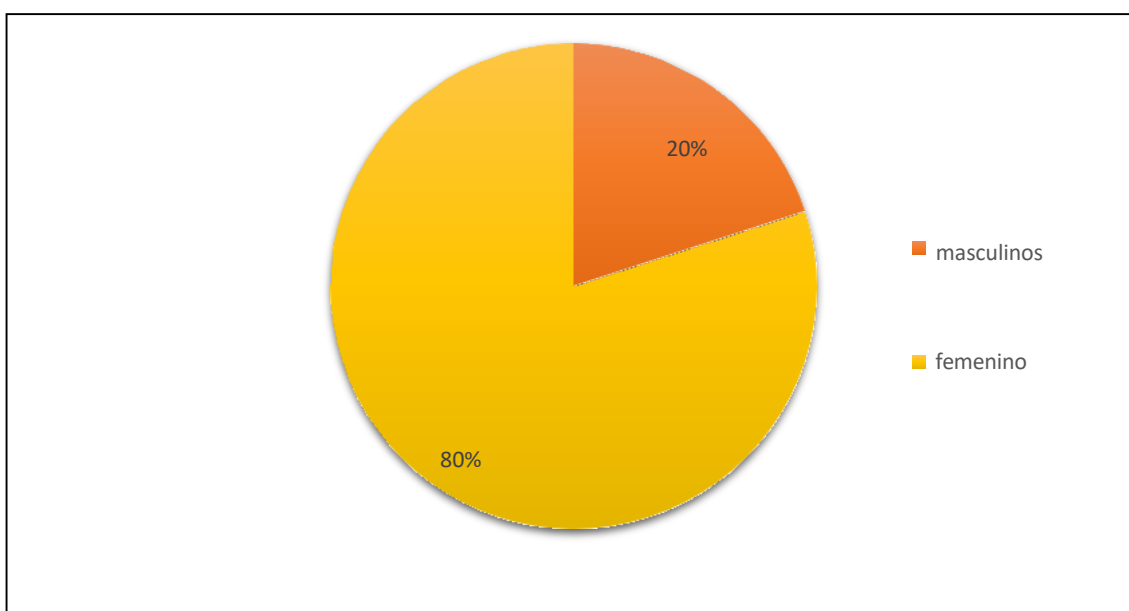


Figura 2: Género del Representante

Fuente: Tabla 01

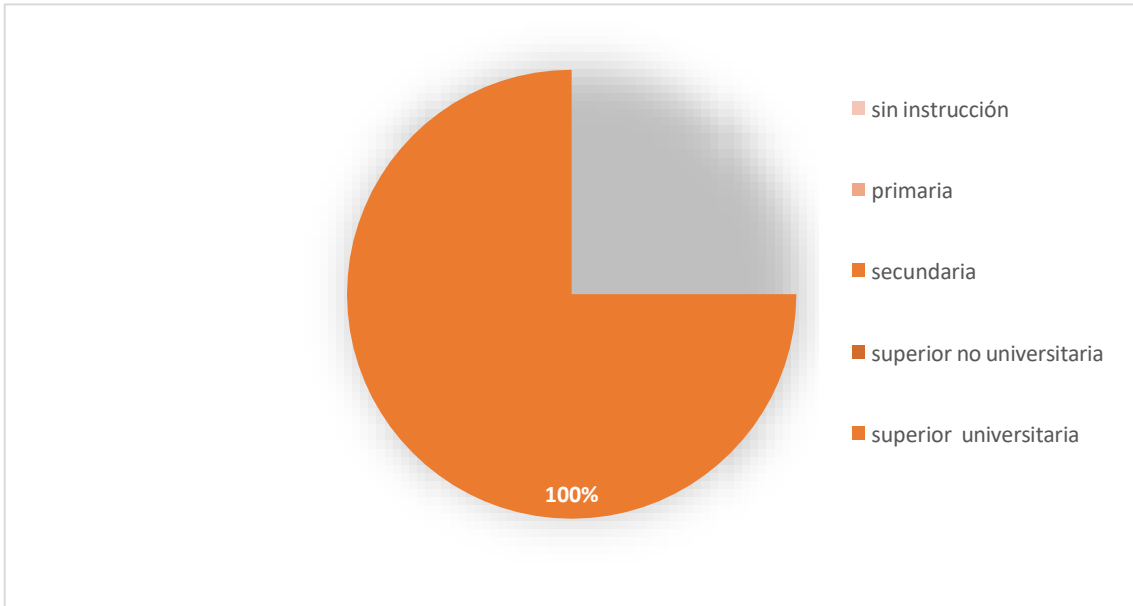


Figura 3: Grado de instrucción

Fuente: Tabla 01

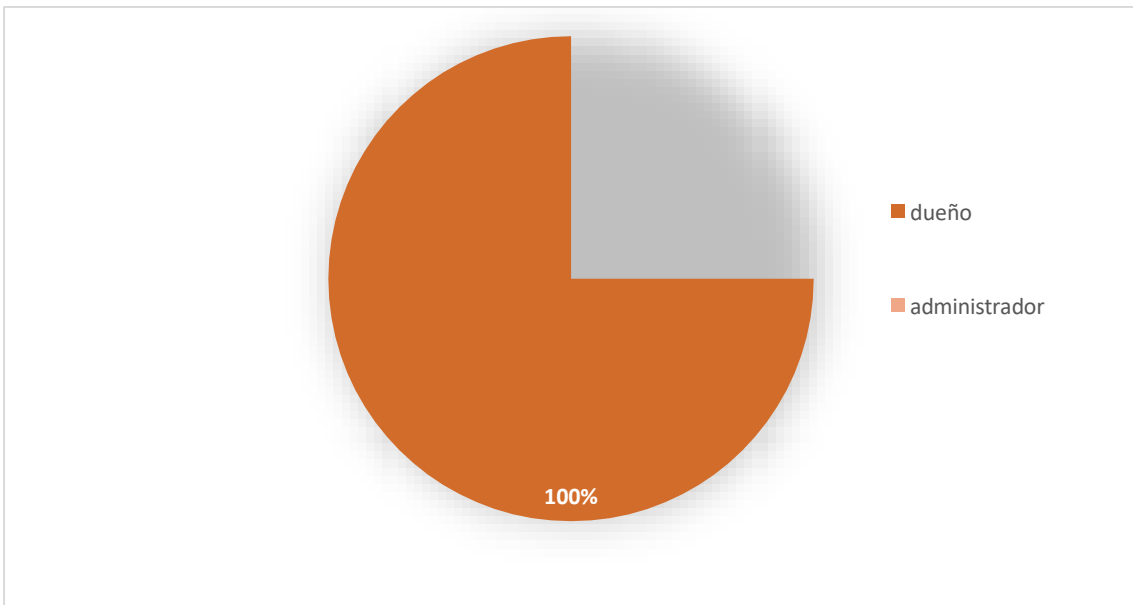


Figura 4: Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 01

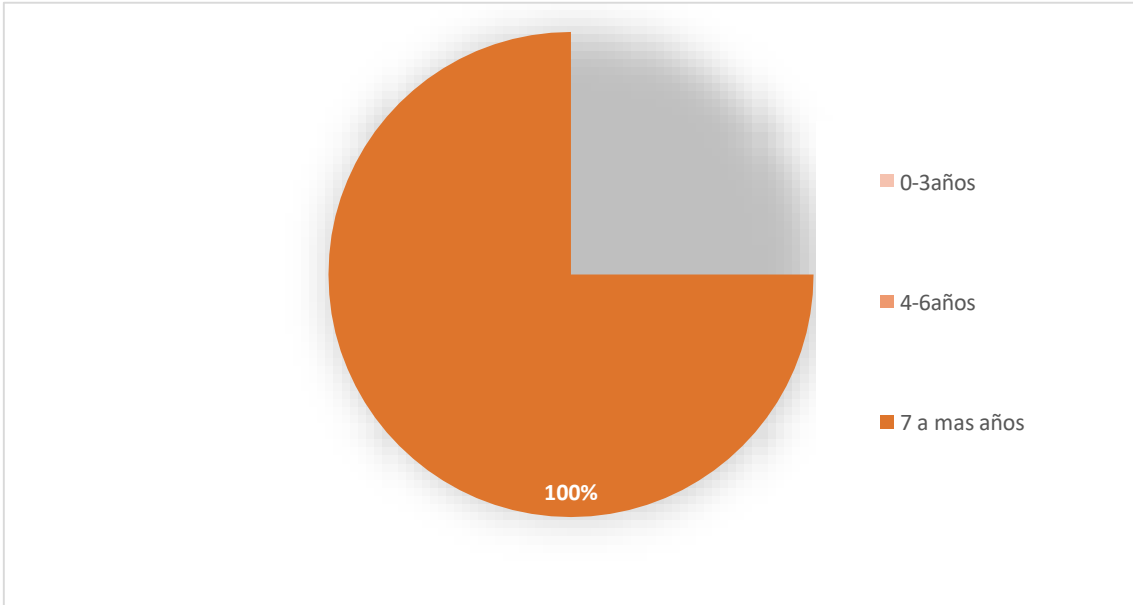


Figura 5: tiempo que desempeña en el cargo.

Fuente: Tabla 01

2.- Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

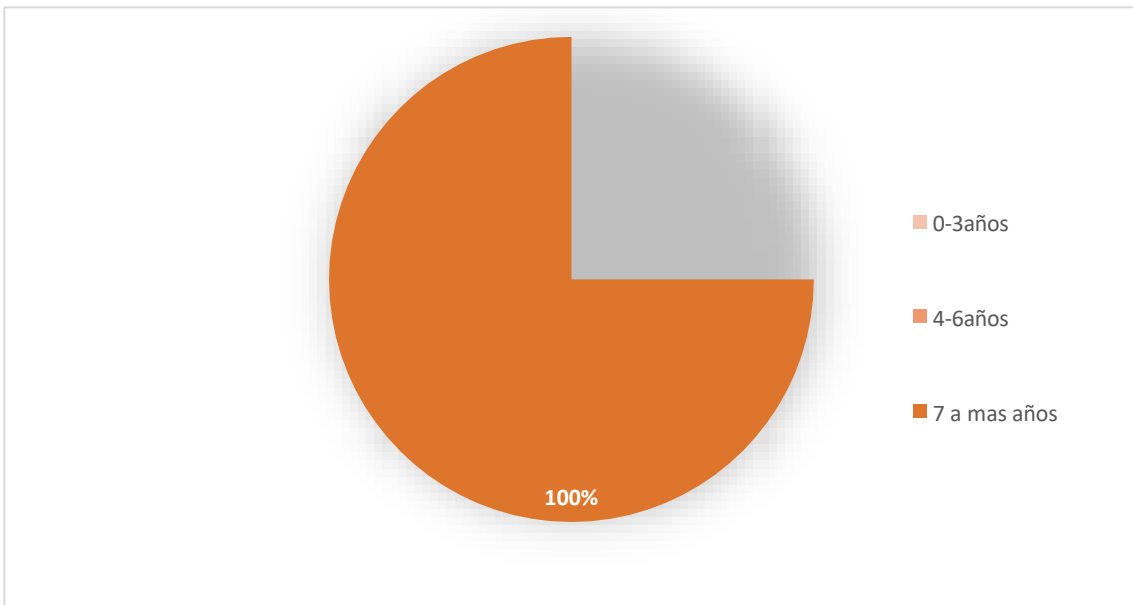


Figura 6: Tiempo de Permanencia de la empresa en el rubro.

Fuente: Tabla 02.

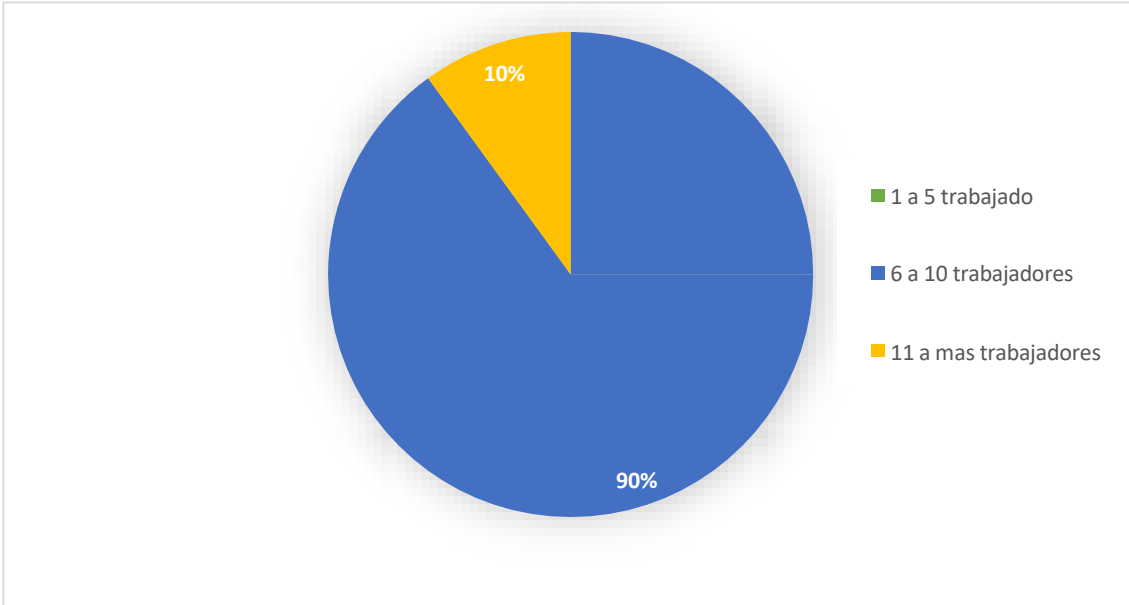


Figura 7: Número de trabajadores

Fuente: Tabla 02

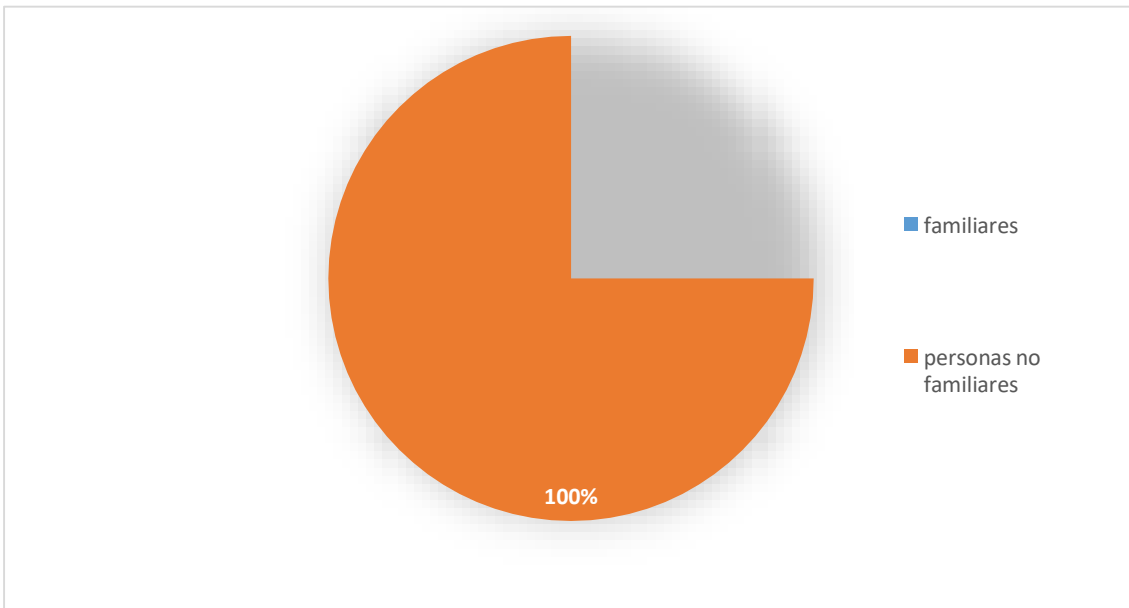


Figura 8: Los trabajadores son

Fuente: Tabla 02

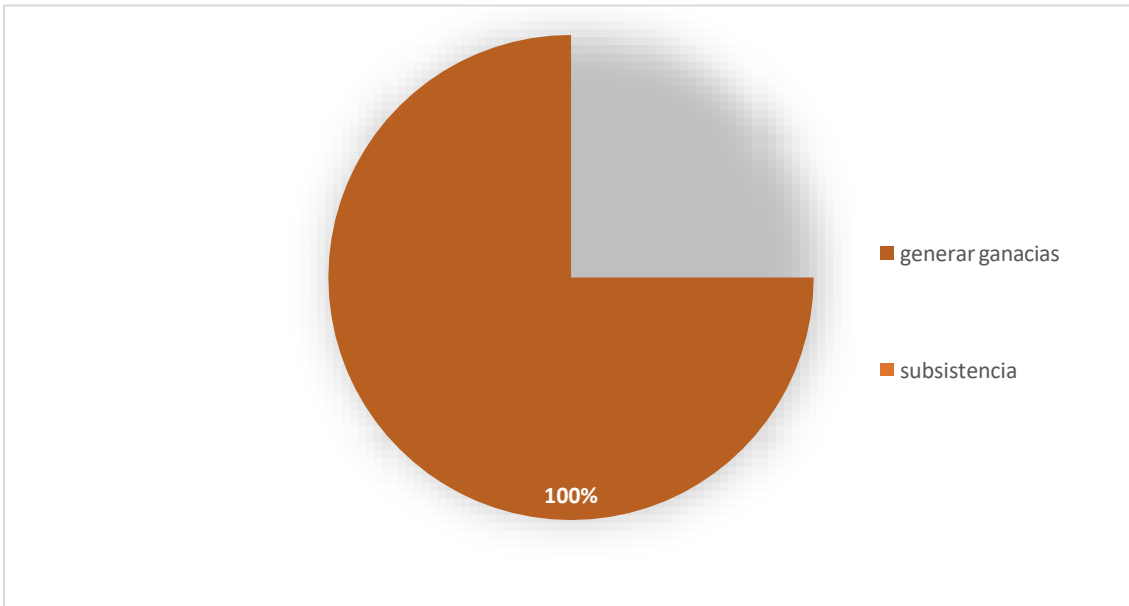


Figura 9: cual es el objetivo de la creación de su empresa.

Fuente: Tabla 02.

3.- Referente a la variable gestión de calidad en atención al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, Rubro Confeccion y Venta de Uniformes en General, Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

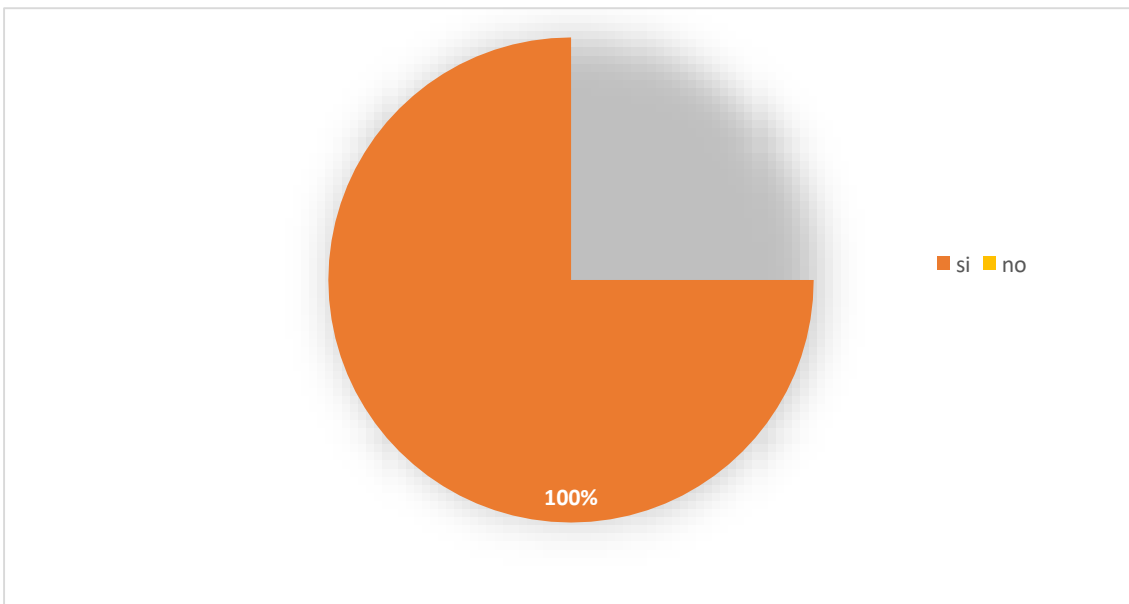


Figura 10: Conoce el término gestión de calidad

Fuente: Tabla 03.

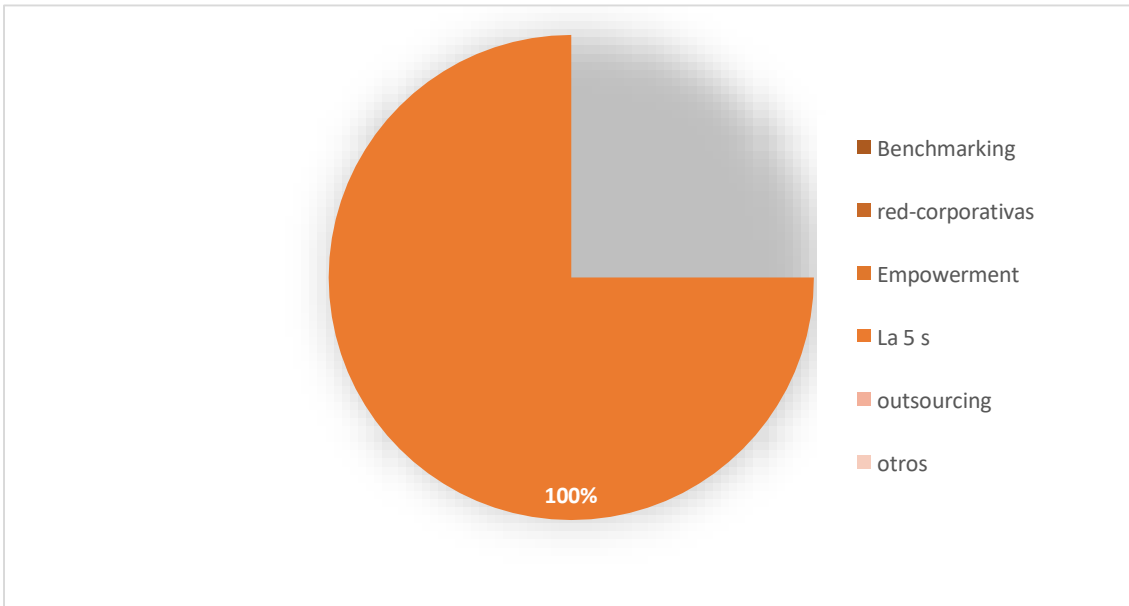


Figura 11: que técnicas modernas de Gestión de calidad conoce

Fuente: Tabla 03.

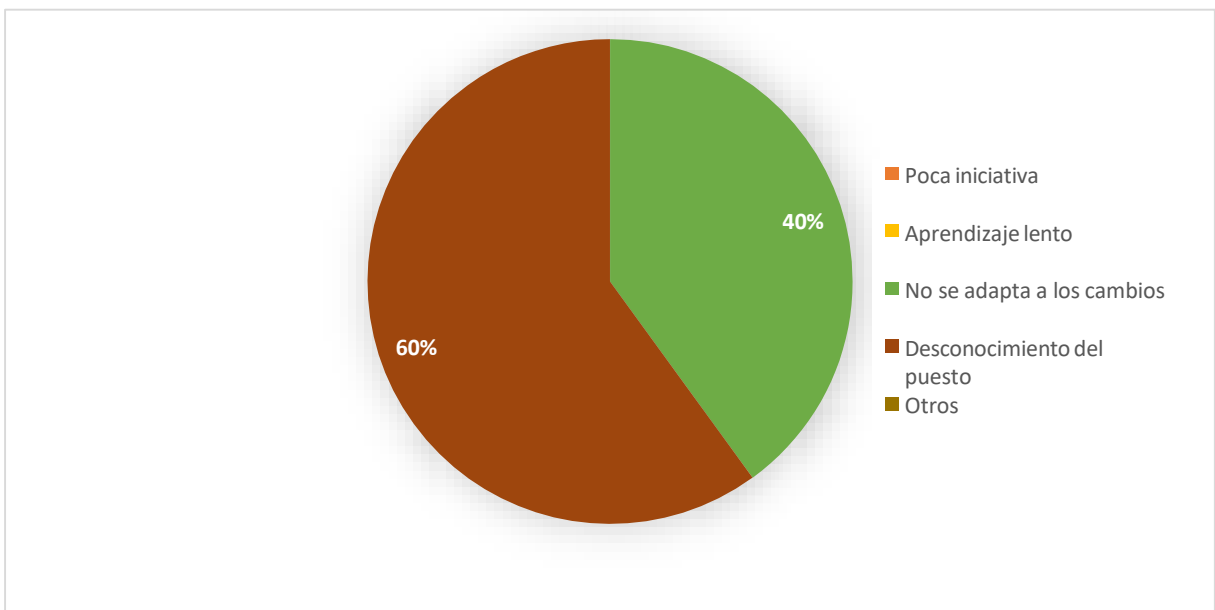


Figura 12: Dificultades que encuentra para la implementación de gestión de calidad

Fuente: Tabla 03

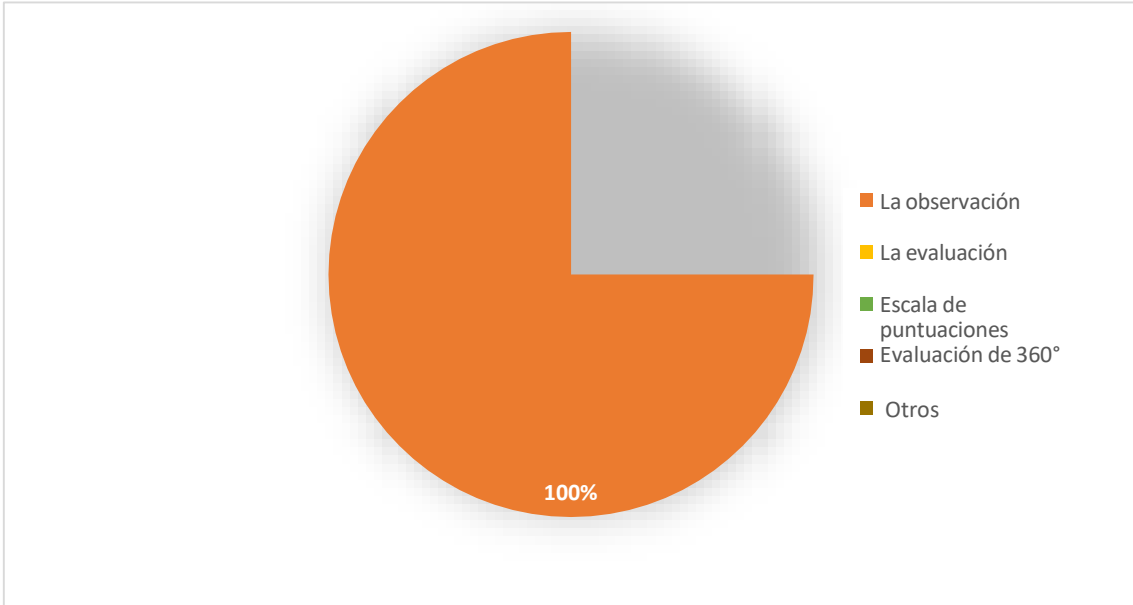


Figura 13: técnicas para medir el rendimiento del personal conoce

Fuente: Tabla 03

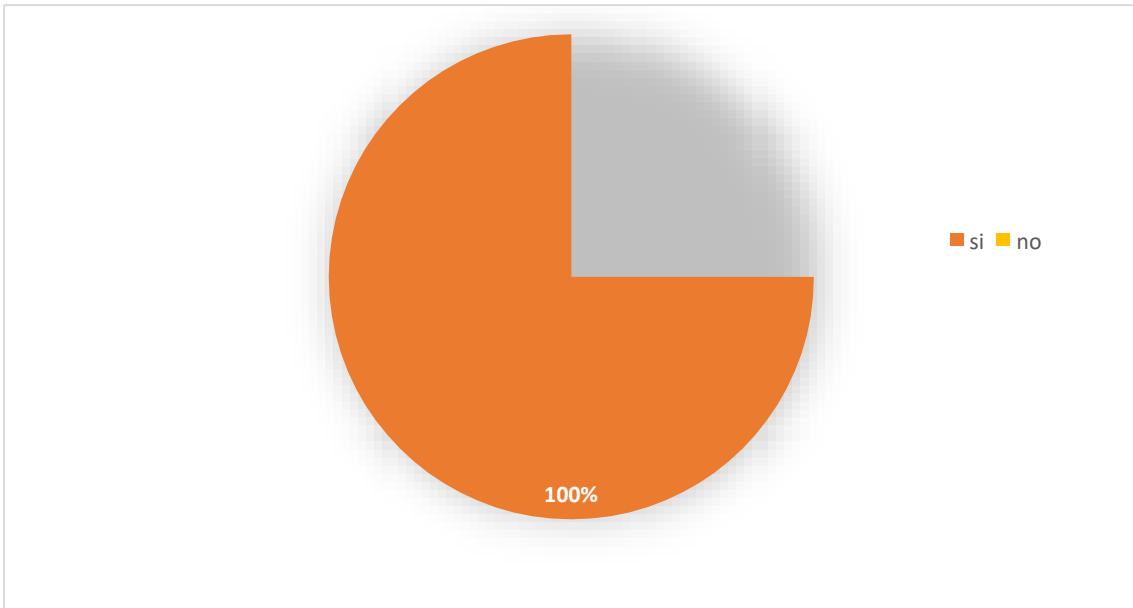


Figura 14: La Gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio

Fuente: Tabla 03

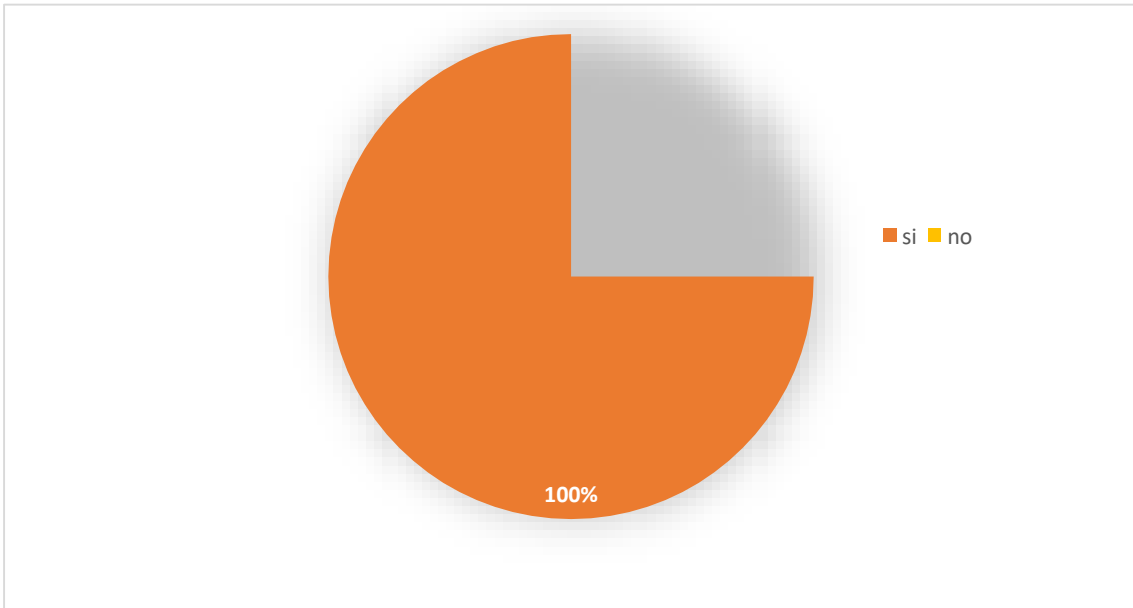


Figura 15: La gestión de calidad ayuda an alcanzar los objetivos del negocio

Fuente: Tabla 03

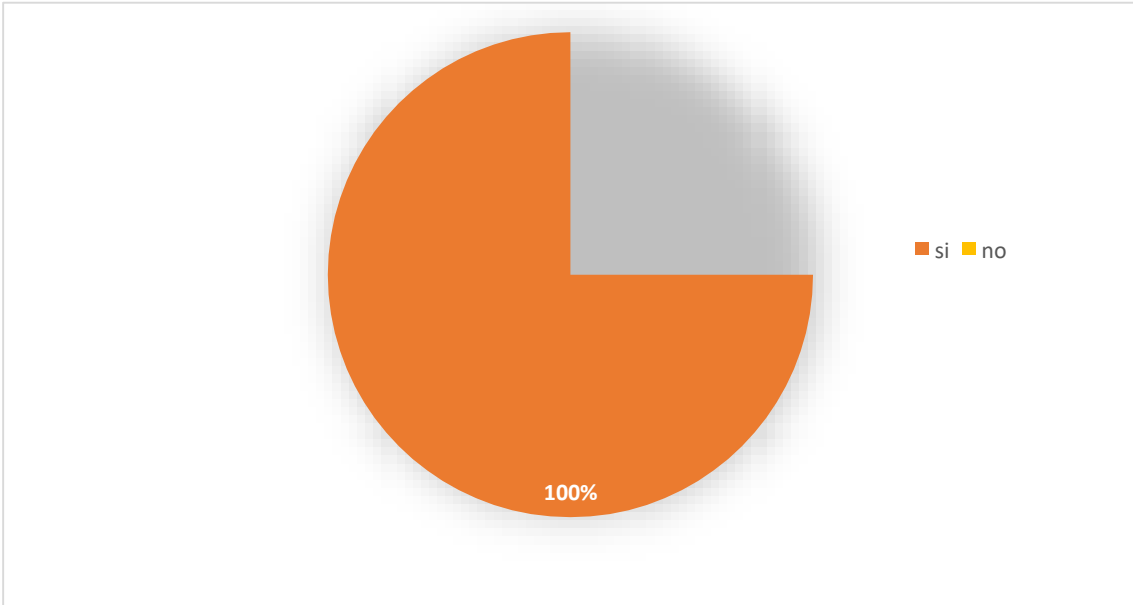


Figura 16: conoce el término atención al cliente

Fuente: Tabla 03

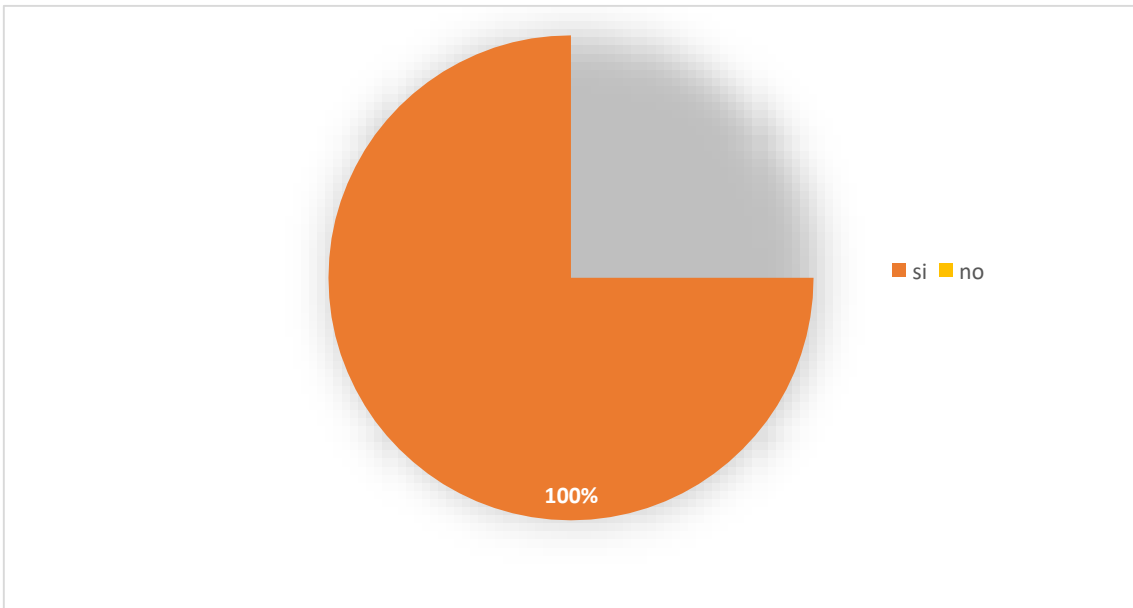


Figura 17: Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

Fuente: Tabla 03

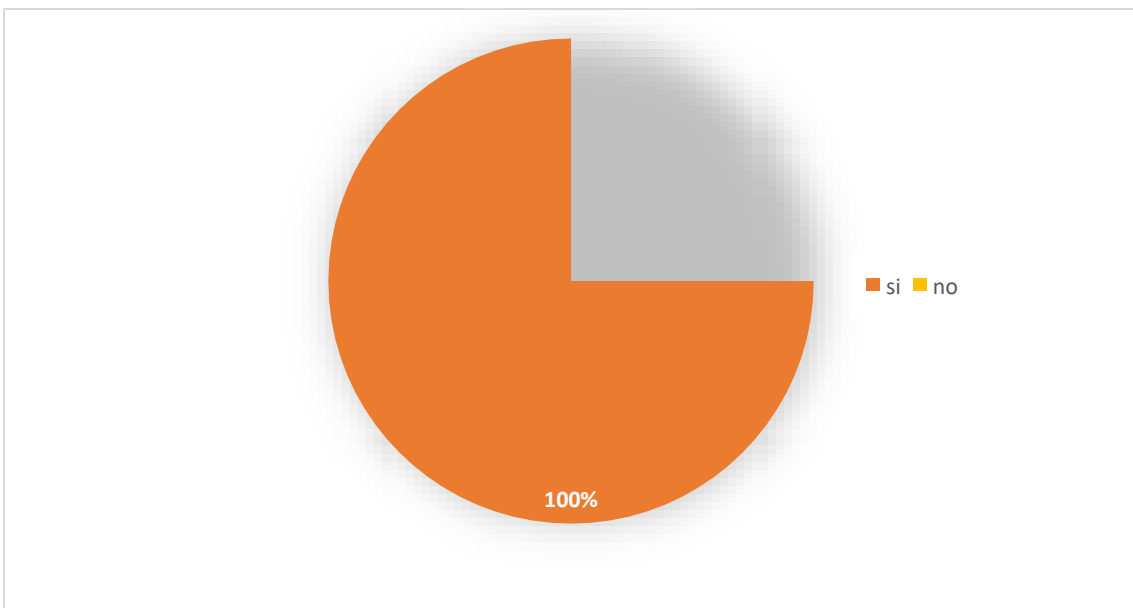


Figura 18: La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento

Fuente: Tabla 03

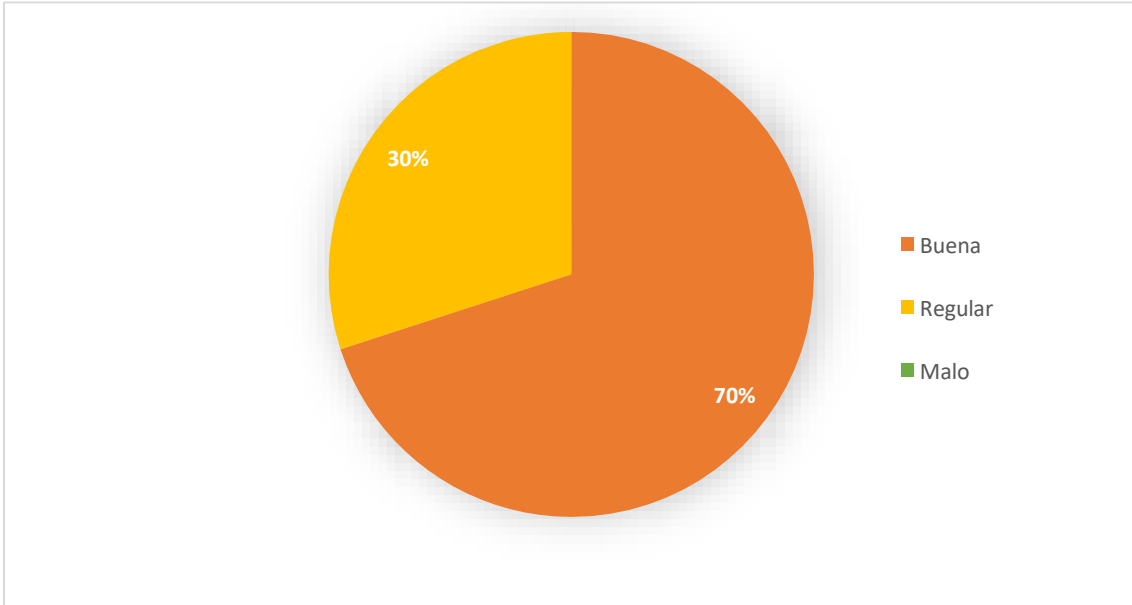


Figura 19: La atención que brinda a los clientes es

Fuente: Tabla 03

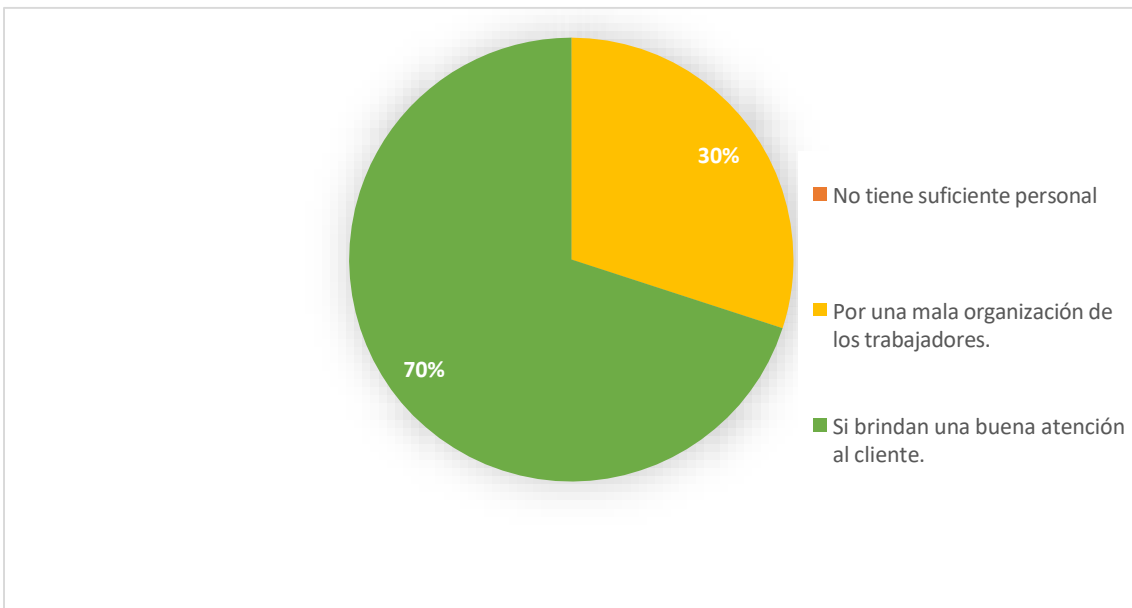


Figura 20: Considera usted que se está dando una mala atención al cliente

Fuente: Tabla 03

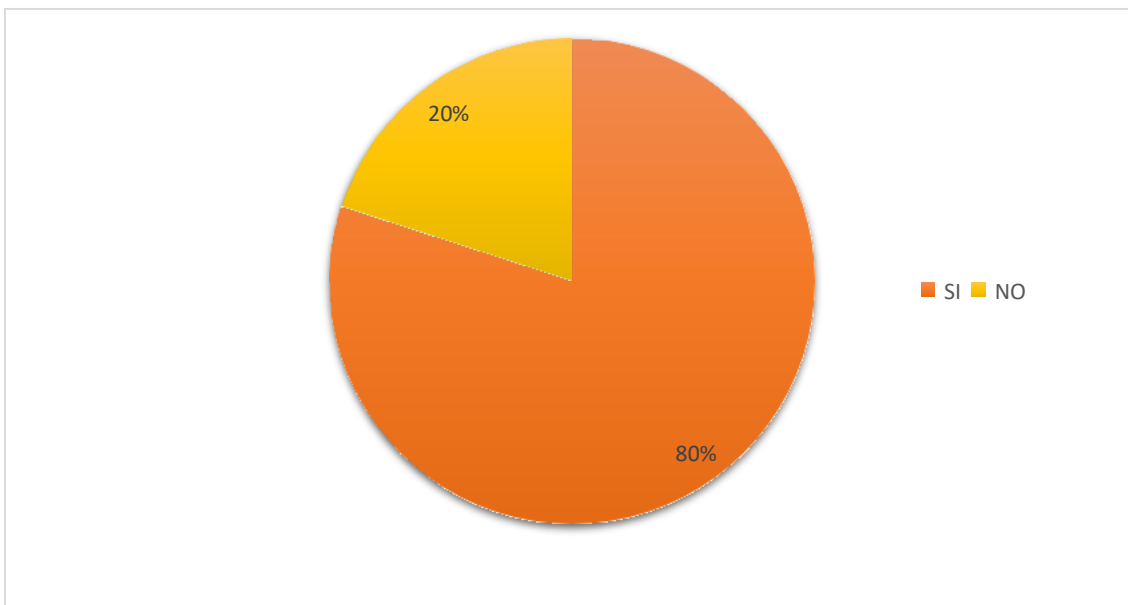


Figura 21: Aplica las técnicas modernas de atención al cliente dentro de su microempresa

Fuente: Tabla 03

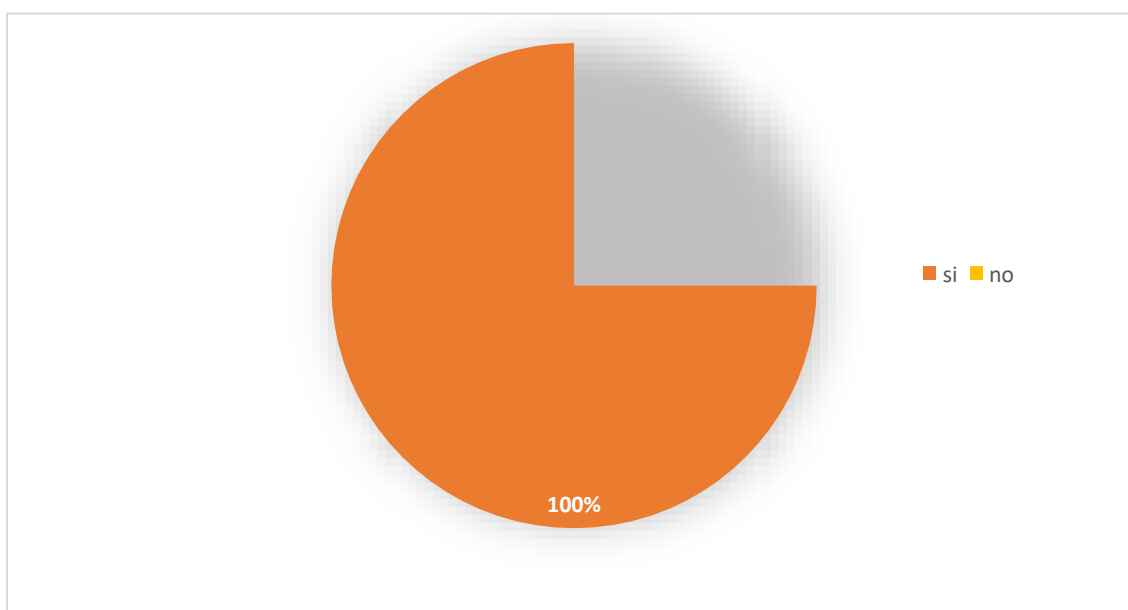


Figura 22: La empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes

Fuente: Tabla 03

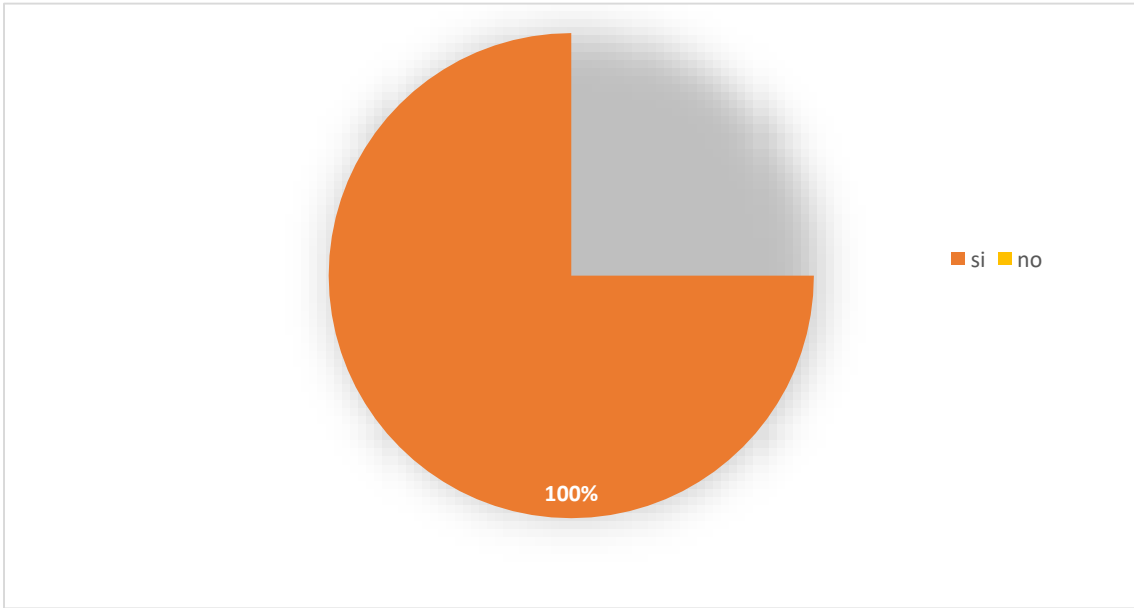


Figura 23: La atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado

Fuente: Tabla 03