



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL,
RUBRO CONFECCIONES EMPORIO COMERCIAL
GAMARRA, DISTRITO DE LA VICTORIA, LIMA, AÑO
2018**

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

AUTORA:

BACH. KATHERYN MILAGROS VÁSQUEZ UPIACHIQUAY

ASESOR:

MBA. CRYSBER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – PERÚ

2018

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Sergio O. Ortiz García

Secretario

Mgtr. José Luis Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser mi guía y acompañante en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxitos mis metas propuestas.

A mi familia que fueron el motor y motivo para lograr seguir adelante.

A mis docentes, a mis amigos y asesor de tesis por guiarme y formar parte de este objetivo alcanzado.

DEDICATORIA

Este presente Trabajo está dedicado a mi Familia por haber sido mi apoyo incondicional a lo largo de toda mi carrera universitaria, y a Dios por darme fuerza para continuar en este proceso de obtener unos de mis mayores anhelos más deseados, finalmente a todas las personas especiales que acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto lo profesional y como ser humano.

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación ha sido determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial gamarra, distrito de la Victoria, Lima, año 2018. Como características de la metodología de investigación: tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. Con la técnica de encuesta y un cuestionario estructurado de 22 preguntas se entrevistó a los microempresarios del sector en estudio, teniendo como resultados: Del propietario: su mayoría (54,8%) son adultos de “40 a 49 años”; son gerenciados por emprendedores “Hombres” 54,8%; las microempresas están en funcionamiento de 7 años a más. De la gestión de calidad: las microempresas del sector comercial, confecciones emporio gamarra, están enfocados en administrar una gestión de calidad 90,3%; el 80,6% estandariza los procesos clave de la empresa, tiene definido un plan de gestión 87,1%; un 90,3% tiene seleccionado un segmento de mercado. De atención al Cliente: en el estudio de investigación, se menciona que el 35,5% cuenta con una infraestructura para brindar una adecuada atención, pero siendo su mayoría (64,5%) que no es necesario tener una buena infraestructura; el 61,3% no revisa previamente sus productos antes de ser ofrecidos, el 38,7% evalúa en su personal la actitud de servicio, un 61,3% no lo hace. Finalmente, las mypes en estudio, evalúa el nivel de satisfacción “eventualmente” 38,7%; “permanente” 32,3%; otros no lo hacen 22,6% y un 6,5% lo realiza “mensualmente”, así saber qué calidad de atención brindar durante todo el año.

Palabras clave: Gestión de calidad, Atención al Cliente, sector comercial, confecciones emporio gamarra.

ABSTRACT

The objective of the present investigation has been to determine the management under the focus of customer service in the mypes of the commercial sector, rubro confecciones emporium comercial gamarra, district of Victoria, Lima, year 2018. As characteristics of the research methodology: type quantitative, descriptive level, non-experimental, transversal, descriptive and correlational design. With the survey technique and a structured questionnaire of 22 questions, the microentrepreneurs of the sector under study were interviewed, having as results: Of the owner: the majority (54.8%) are adults of "40 to 49 years"; they are managed by entrepreneurs "Men" 54.8%; the microenterprises are in operation for 7 years or more. Of quality management: the microenterprises of the commercial sector, emporium gamarra confections, are focused on managing a 90.3% quality management; 80.6% standardizes the key processes of the company, has a management plan defined 87.1%; 90.3% have selected a market segment. Customer service: in the research study, it is mentioned that 35.5% have an infrastructure to provide adequate care, but the majority (64.5%) do not need to have a good infrastructure; 61.3% do not previously review their products before being offered, 38.7% evaluate their service attitude in their personnel, 61.3% do not. Finally, the mypes under study, evaluates the level of satisfaction "eventually" 38.7%; "Permanent" 32.3%; others do not do it 22.6% and 6.5% do it "monthly", so as to know what quality of care to provide throughout the year.

Key words: Quality management, Customer Service, commercial sector, clothing emporium gamarra.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-----|
| TÍTULO DE LA TESIS | i |
| FIRMA DEL JURADO Y ASESOR..... | ii |
| AGRADECIMIENTO | iii |
| DEDICATORIA..... | iv |
| RESUMEN | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| ÍNDICE GENERAL..... | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | ix |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xi |
| CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1 Planteamiento del problema | 3 |
| 1.1.1 Caracterización del problema..... | 4 |
| 1.1.2 Enunciado del problema | 5 |
| 1.2 Objetivos de la investigación | 5 |
| 1.2.1 Objetivo general | 5 |
| 1.2.2 Objetivos específicos..... | 6 |
| 1.3 Justificación de la investigación | 6 |
| CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA..... | 7 |
| 2.1 Antecedentes | 7 |
| 2.1.1 Antecedentes internacionales..... | 7 |
| 2.1.2 Antecedentes nacionales..... | 8 |
| 2.1.3 Antecedente regional | 10 |
| 2.2 Bases teóricas de la investigación | 11 |
| 2.2.1 Calidad: | 11 |
| 2.2.2 Metodologías para la mejora de la calidad | 12 |
| 2.2.2.1 El ciclo de deming | 12 |
| 2.2.3 Sistema de gestión de la calidad (SGC)..... | 14 |
| 2.2.4 Los servicios | 16 |
| 2.2.5 La micro y pequeña empresa | 18 |
| 2.3 Marco conceptual | 20 |
| 2.3.1 Glosario de términos | 20 |
| CAPITULO III. HIPÓTESIS..... | 22 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 3.1 | Hipótesis general | 22 |
| 3.2 | Hipótesis específicos | 22 |
| CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | | 23 |
| 4.1 | Diseño de investigación | 23 |
| 4.1.1 | Tipo de investigación | 23 |
| 4.1.2 | Nivel de investigación | 23 |
| 4.2 | Universo y muestra | 24 |
| 4.2.1 | Universo | 24 |
| 4.2.2 | Muestra | 24 |
| 4.3 | Definición y operacionalización de las variables | 27 |
| 4.4 | Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 28 |
| 4.4.1 | Técnicas | 28 |
| 4.4.2 | Instrumentos | 28 |
| 4.5 | Plan de análisis | 28 |
| 4.6 | Matriz de consistencia | 29 |
| 4.7 | Principios éticos | 32 |
| CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN | | 33 |
| 5.1 | Resultados | 33 |
| A. | Respecto al microempresario..... | 33 |
| B. | Respecto a la gestión de calidad | 39 |
| C. | Respecto atención al cliente | 45 |
| 5.2 | Análisis de resultados | 55 |
| CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | | 60 |
| 6.1 | Conclusiones de la investigación..... | 60 |
| 6.2 | Recomendaciones | 61 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | | 62 |
| ANEXOS..... | | 66 |
| 1.- | Cronograma | 66 |
| 2.- | Presupuesto | 67 |
| 3.- | Encuesta | 68 |
| 4.- | Encuesta elaborada | 71 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Definición y Operacionalización de Variables | 27 |
| Tabla 2: Matriz de Consistencia de la Investigación | 29 |
| Tabla 3: ¿Cuál es la edad del microempresario? | 33 |
| Tabla 4: ¿Cuál es el sexo del microempresario?..... | 34 |
| Tabla 5: ¿Cuántos años tiene funcionando su empresa en Gamarra?..... | 35 |
| Tabla 6: ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa? | 36 |
| Tabla 7: ¿Su empresa tiene elaborado un organigrama? | 37 |
| Tabla 8: ¿Su empresa tiene manual de organización y funciones?..... | 38 |
| Tabla 9: ¿La administración está enfocada en la gestión de calidad? | 39 |
| Tabla 10: ¿Se gestiona con el uso de herramientas administrativas? | 40 |
| Tabla 11: ¿Su organización se guía por su misión y visión? | 41 |
| Tabla 12: ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?..... | 42 |
| Tabla 13: ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?..... | 43 |
| Tabla 14: Las decisiones empresariales se toman como referencia: | 44 |
| Tabla 15: ¿Ha realizado un estudio de mercado, respecto a expectativas y preferencias de los clientes?..... | 45 |
| Tabla 16: ¿Ha seleccionado su segmento de mercado? | 46 |
| Tabla 17: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar la atención que esperan los clientes? | 47 |
| Tabla 18: ¿Capacita al personal que atiende al cliente? | 48 |
| Tabla 19: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?..... | 49 |
| Tabla 20: ¿Sus productos son previamente revisados antes de ser ofrecidos? | 50 |

| | |
|---|----|
| Tabla 21: ¿Registra las sugerencias y atiende reclamos del cliente?..... | 51 |
| Tabla 22: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?..... | 52 |
| Tabla 23: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente? | 53 |
| Tabla 24: ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención? | 54 |
| Tabla 25: Cronograma de Actividades | 66 |
| Tabla 26: Presupuesto General | 67 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Emporio Comercial de Gamarra | 3 |
| Figura 2: El círculo PDCA de Deming | 13 |
| Figura 3: Criterios para evaluar los servicios | 17 |
| Figura 4: ¿Cuál es la edad del microempresario? | 33 |
| Figura 5: ¿Cuál es el sexo del microempresario? | 34 |
| Figura 6: ¿Cuántos años tiene funcionando su empresa en Gamarra?..... | 35 |
| Figura 7: ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa? | 36 |
| Figura 8: ¿Su empresa tiene elaborado un organigrama? | 37 |
| Figura 9: ¿Su empresa tiene manual de organización y funciones? | 38 |
| Figura 10: ¿La administración está enfocada en la gestión de calidad? | 39 |
| Figura 11: ¿Se gestiona con el uso de herramientas administrativas? | 40 |
| Figura 12: ¿Su organización se guía por su misión y visión?..... | 41 |
| Figura 13: ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?..... | 42 |
| Figura 14: ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión? | 43 |
| Figura 15: Las decisiones empresariales se toman como referencia: | 44 |
| Figura 16: ¿Ha realizado un estudio de mercado, respecto a expectativas y preferencias de los clientes? | 45 |
| Figura 17: ¿Ha seleccionado su segmento de mercado? | 46 |
| Figura 18: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar la atención que esperan los clientes? | 47 |
| Figura 19: ¿Capacita al personal que atiende al cliente? | 48 |
| Figura 20: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?..... | 49 |

| | |
|--|----|
| Figura 21: ¿Sus productos son previamente revisados antes de ser ofrecidos?..... | 50 |
| Figura 22: ¿Registra las sugerencias y atiende reclamos del cliente? | 51 |
| Figura 23: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio? | 52 |
| Figura 24: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente? | 53 |
| Figura 25: ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención? | 54 |

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

De la dimensión y movimiento económico que se produce a diario en el centro comercial Gamarra o “emporio comercial Gamarra” se habla en todas partes. Es que este clúster de mypes del rubro textil ha logrado alcanzar un gran reconocimiento en el sector empresarial, que es caracterizado principalmente por su innovación, perseverancia y éxito comercial.

Recibe aproximadamente 400 mil visitas diarias según una empresa conocida de encuestas comerciales, y el gasto promedio por persona oscila desde los S/.150.00 a S/.1000.00; solo estos datos demuestran que el emporio comercial Gamarra constituye un importante mercado tradicional de gran movimiento económico, principalmente relacionado al comercio, la industria de la moda y la fabricación de prendas de vestir.

Por otra parte, como se mencionó es un clúster, que es la concentración geográfica de grupos de empresas que se apoyan mutuamente mediante relaciones verticales (clientes, tecnología y canales de distribución), desarrollando competencias y consolidándose ante los clientes.

Es la dimensión de este centro comercial lo que nos llamó el interés de conocer como se gestionan y que estrategias manejan para lograr que sus clientes retornen y se produzcan más ventas.

El emporio comercial Gamarra, sin duda constituye un referente comercial pero se tiene también conocimiento que existe aglomeración y desorden, un alto nivel de informalidad como comercio ambulante y evidencias de falta de atención al cliente.

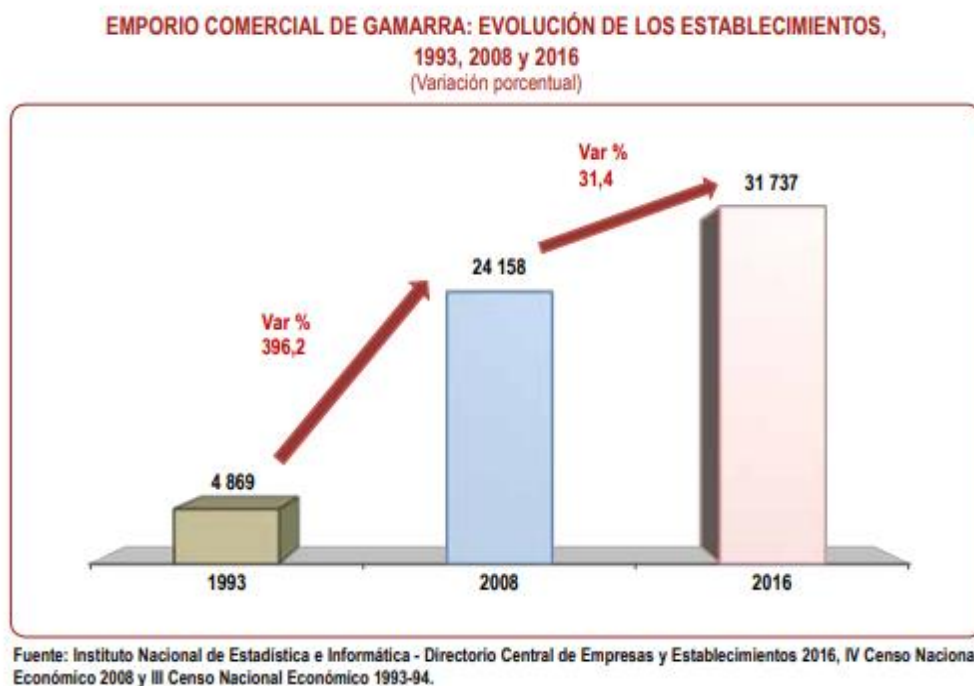
Como resultados finales de esta investigación, se concluye que en un lugar con gran acogida del público no corresponde la falta de práctica de procedimientos de atención al cliente, la cual es una constante en gran número de mypes que la conforman. Esto evidencia que se tiene que desarrollar una cultura de servicio hacia el cliente y esperamos que el aporte realizado en con el desarrollo de la presente investigación constituya una contribución para mejorar el nivel de gestión de este gran sector comercial.

1.1 Planteamiento del problema

El emporio comercial Gamarra sigue siendo objeto de interés de inversionistas por mantener la hegemonía como el mayor centro comercial e industrial textil de Sudamérica y de la preocupación de las autoridades como la Municipalidad Distrital de La Victoria y el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo para reducir la informalidad que aún existe en este sector.

En la figura 1, se aprecia el crecimiento de número de establecimientos que se han conformado desde los años 1993, 2008 y 2016, producto justamente de políticas que promocionen la formalidad y operación bajo normas vigentes para nuevas mypes.

Figura 1: Emporio Comercial de Gamarra



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Directorio Central de Empresas y Establecimientos 2016. Censo Nacional Económico 2008 y III Censo Nacional Económico 1993-1994.

Bajo este contexto, nuestro estudio en base a la observación preliminar identifica que las características de este microempresario son las que corresponde al peruano de origen provinciano, gran luchador y que a base de poco capital y mucho esfuerzo constituyó su empresa, habiendo en muchos casos haber sido trabajador de las empresas más antiguas de “Gamarra” y por oportunidades se lanzó a la actividad empresarial propia sin mayor conocimiento en herramientas de administración y gestión que las aprendidas en el curso de la vida y acumuladas como “experiencia”.

Esta formación carece de mayor conocimiento técnico en tratamiento al cliente, razón por la cual, exponemos como problemática la experiencia de compra del cliente, cuyo microempresario de “Gamarra” se enfoca en la transacción de **calidad-volumen-precio** de la mercadería y en lugar de calidad-producto-servicio al cliente.

1.1.1 Caracterización del problema

Al caracterizar el problema sobre gestión y atención al cliente, encontramos que el proceso de globalización ha abierto nuevos mercados, se han descentralizado las inversiones, se han generado nuevos hábitos de demanda de bienes y servicios, nuevos tipos de clientes, un contexto en el que se han creado nuevos desafíos de competitividad de las empresas peruanas en general y las Mypes en particular, como por ejemplo: limitaciones en capacidades gerenciales, desarticulación empresarial, informalidad, falta de capital oportuno de trabajo, ausencia de planificación estratégica, uso inadecuado de tecnologías, falta de responsabilidad social, ausencia de una óptima mezcla comercial, limitado acceso a la información. Esto factores han dado origen a la aparición de problemas que actualmente atraviesan las Mypes en el país. El desconocimiento de capacidad empresarial los aleja de una gestión administrativa eficiente y eficaz, que permitan alcanzar efectividad, en entornos

cambiantes, esta carencia se ve reflejada en la informalidad de muchos negocios y empresas de confección en donde no se aprovechan plenamente los recursos con que dispone el negocio, para garantizar el posicionamiento y el crecimiento en el sector económico.

El microempresario de “Gamarra” confía mucho en su instinto empresarial el cual tiene como respaldo su “experiencia de vida”, sin embargo viene descuidando la relación con el cliente, es decir el fortalecimiento de un vínculo que lo mantenga a realizar continuas compras y para lo cual hoy se dispone de la tecnología para hacer que este vínculo madure y se mantenga en el tiempo.

Por ahora, gracias al gran dinamismo comercial que es característica de las mypes de “Gamarra”, los empresarios no “necesitarían” de crear este vínculo con el cliente pero más tarde que nunca será necesario construir este vínculo. Esperemos no sea tarde.

1.1.2 Enunciado del problema

¿Reforzar las capacidades y habilidades en gestión y atención al cliente en los microempresarios del sector comercial, rubro confecciones del emporio comercial Gamarra del distrito La Victoria, Lima, año 2018, contribuirá a reforzar un vínculo con sus clientes?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Investigar la gestión bajo enfoque de atención al cliente que se realiza en las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar si la gestión que se realiza en las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018, utiliza aspectos técnicos de la administración.
- Determinar si existe el uso de buenas prácticas de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018.
- Reconocer si existe interés en el microempresario de las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018 por satisfacer las expectativas del cliente.

1.3 Justificación de la investigación

La investigación que se desarrolló y se presenta a través de este informe final se justifica porque es importante analizar y contribuir con el estudio de estrategias de atención al cliente para mejorar el nivel de servicio de las mypes del sector comercial emporio comercial “Gamarra”. El microempresario debe comprender que es el cliente quien espera la satisfacción de sus necesidades con oportunidad y trato amable. Atributos que los microempresarios que dirigen estas empresas deben poner en práctica en el más breve plazo.

Por otra parte, es oportuno enfatizar que la investigación beneficiará a los propios clientes, que percibirán a mypes más enfocadas en satisfacer y generar un vínculo que los acerque a realizar continuos negocios, hecho que permite mover la economía.

CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes internacionales

Rey, G.; Suarez, A. (2010), en su tesis “Plan de negocios para una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de prendas para mujeres talla plus, de los estratos 3, 4,5 en la ciudad de Bogotá”, para optar el título profesional de Licenciado de Administración de Empresas, Universidad Javeriana; cuyo objetivo es desarrollar un plan de negocios para la creación puesta en marcha de una empresa que se dedicará al diseño, fabricación y comercialización de prendas. En el presente estudio, se utilizó el método de investigación cuantitativo y cualitativo. Se concluye, que el plan de negocios para una empresa, no solo es una idea o plasmar algo en un papel, sino realizar de manera lógica, coherente y coordinada un plan de negocio. La idea de un plan de negocio dedicada al diseño, fabricación y comercialización viene realizándose de un análisis financiero que contribuye a la generación de empleo y crecimiento económico de las empresas dedicadas a este rubro. Asimismo, este plan se viene dando a través de la misión y visión de la empresa, por eso hay muchas boutiques en distintas zonas de la ciudad que va en aumento, esto por las estupendas prendas y diseños que se fabrica en Bogotá, en muchas ocasiones estas prendas de mujeres talla plus fueron solicitadas también en el centro comercial, ya que la fuerza de la venta se debe a la calidad de diseños que se fabrica, también por el servicio que se brinda. Este plan de negocios tiene grandes expectativas del éxito.

Valencia, J. (2011), en su tesis titulada “Diseño de una estrategia de fidelización de clientes para confecciones Gama, empresa Pyme del sector de confecciones de uniformes empresariales”, para optar el título profesional de Maestría en Administración, Universidad ICESI; cuyo objetivo es diseñar una estrategia de fidelización de clientes para confecciones Gama, empresa del sector de confecciones de uniformes empresariales en el área metropolitana de Cali. En metodología, se utilizó el tipo de investigación descriptiva explicativa, este estudio es para analizar el tipo de comportamiento y conductas alrededor de la población. En sus conclusiones, las empresas que se dedican a las confecciones textiles deben prepararse para el futuro mediano y largo plazo. El diseño de estrategia que se realiza es exclusivamente para tener clientes fieles, sobre todo formar una cartera de clientes para este plan que solo abarca en el mercadeo. Finalmente, las empresas de confecciones Gama tienen ciertas dificultades a la hora de brindar servicio a sus clientes, por eso se diseñaran otras estrategias para mejorar el servicio y poder corregir las fallas que existen en esta mype textil.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Trujillo, M. (2013). En su tesis “Análisis, Diseño e Implementación de un Sistema de Planificación de Procesos Productivos para Pymes Textiles y Confecciones”, para optar el título profesional de Ingeniero Informático, Universidad Católica del Perú; cuyo objetivo general es implementar un sistema de información para la planificación de los procesos de producción de prendas de vestir en las pymes del parque industrial de textiles y confecciones conocido como Gamarra, para la mejora y adecuado control del uso de recursos y la entrega del producto final. En el estudio, se utilizó la gestión de proyectos para la construcción de Software

denominado “Scrum”. En sus conclusiones, se menciona que para realizar un análisis, diseño e implementación de un sistema, se necesita de un software libre que cuente con toda la documentación para las mejoras brindadas por una comunidad y que sea de gran utilidad para desarrollar las confecciones textiles. Asimismo, para los negocios de confecciones y textiles se aplicó el software denominado “Scrum” donde se logró tener una mejor comunicación con los usuarios y donde podrán estar informados acerca del desarrollo del producto. Finalmente, para la planificación de procesos productivos para pymes textiles y confecciones, tener una grata comunicación con los clientes es indispensable, porque solo así podrá obtener clientes potenciales y satisfechos.

Tiza, L. (2017), en su tesis denominada “Exportación de prendas de vestir para damas a Bolivia para incrementar la rentabilidad de una empresa textil ubicada en Gamarra, 2016”, para optar el título profesional de Licenciada en Administración, Universidad Wiener. Objetivos, proponer un plan de exportación de prendas de vestir para damas a Bolivia que permita incrementar la rentabilidad de una empresa textil. En metodología, se utilizó el tipo de investigación proyectiva, porque esta propuesta será aplicada en un futuro. Se concluye, que en la exportación de prendas de vestir, hubo cierta reducción en la rentabilidad de la empresa textil, este problema ocasionó que no haiga aumento en el volumen de las ventas, y que el presupuesto de la rentabilidad no crezca. En esta investigación se tuvo en cuenta las aportaciones que hicieron varias empresas textiles, sin embargo, no se pudo aumentar la rentabilidad de estos negocios. Por eso, se realizó una propuesta de exportación de prendas de vestir para Bolivia, con la finalidad de lograr nuestro objetivo común; y así seguir incrementando las ganancias y ventas de esta empresa textil. Finalmente, esta

propuesta de negocios de exportación de prendas de vestir, han sido manejados y dirigidos por personas expertas en este rubro, desde entonces el crecimiento ha sido visible, porque ha ido mejorando día a día la rentabilidad y las ganancias en esta empresa textil.

Béjar, G. (2018), en su tesis titulada “Factores determinantes de exportación para la sostenibilidad de las mypes textiles del emporio Gamarra-Distrito la victoria-Lima”, para optar el grado académico de Maestro en Administración de Empresas, Universidad Nacional Federico Villareal. Teniendo como objetivo, identificar los factores de exportación que posibilitan la sostenibilidad de las mypes textiles del emporio gamarra. En metodología, el estudio fue mediante el tipo de investigación aplicada. Entre sus conclusiones, se determinó que la competitividad que existe en Lima Metropolitana (Gamarra), en su mayoría tiene la sostenibilidad de las mypes exportadoras, por medio de esto han podido lograr varios factores determinantes de exportación, mucho influye el desarrollo gerencial de los administradores. Por otro lado, se planteó una estrategia de Marketing para continuar con la estabilidad textil en el mercado, y muchas veces se indicó que las oportunidades de los negocios internacionales, ha sido favorable para la exportaciones de las mypes textiles en el emporio de Gamarra.

2.1.3 Antecedente regional

Inga, E. (2016). Tesis “Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercio, rubro confección de ropa deportiva del distrito de Satipo de la Región Junín, periodo 2015”, para optar el título profesional de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Teniendo como objetivo, analizar la gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercial, rubro confección

de ropa deportiva del distrito de Satipo. Metodología, se utilizó el tipo de investigación cuantitativo, deductivo y descriptivo. Entre sus conclusiones, se menciona que el 100.0% de los encuestados no se encuentran dentro de la formalización, 71,4% considera que al realizar un trámite de constitución requiere de mucho tiempo y dedicación, 71,4% de las mypes tienen mucho interés en realizar exportaciones en distintas zonas del Perú. Asimismo, las mypes que se dedican a este rubro plantean un diseño de estrategia de marketing para la fabricación de sus productos, ya que esto permitirá un crecimiento empresarial. Finalmente, estos negocios de confección de ropa deportiva deben conocer de antemano, el gusto de los clientes, por el cual estos estarán diseñadas y llamara mucho la atención de todo el público en general.

2.2 Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Calidad:

Para algunos entendidos, el término “Calidad” va en evolución con el tiempo.

La “Calidad” tiene que ver con:

- Proporcionar un buen producto usable
- Consistencia
- Eliminación del desperdicio
- Velocidad de entrega
- Hacerlo bien la primera vez
- Deleitar o complacer a los clientes
- Perfección
- Cumplimiento de las políticas y procedimientos
- Servicio y satisfacción total del cliente

Lo que hay que entender, es el fin de la “Calidad”. Es decir, ¿porque hacemos calidad?, ¿qué objetivo buscamos?, ¿Quiénes se benefician con la calidad?

Tradicionalmente y desde el punto empresarial, calidad es significado de reducir costos, producir al más bajo precio, eficiencia de equipos para producir, reducción de procesos. El tema es que calidad, debe ahora entenderse como servicio al cliente y lograr su atención.

Para 1978, la Sociedad Estadounidense para la Calidad (ASQ, American Society for Quality) y el Instituto Nacional Estadounidense de Estándares (ANSI, American National Standards Institute) estandarizaron las definiciones de Calidad: *“la totalidad de particularidades y características de un producto o servicio que están relacionadas con su capacidad para satisfacer necesidades determinadas”*.

Estas mismas instituciones en 1980, expusieron un concepto más poderoso: *“cumplir o exceder las expectativas del cliente”*.

2.2.2 Metodologías para la mejora de la calidad

La mejora de un proceso depende de la capacidad de la organización para identificar problemas de manera eficaz, desarrollar soluciones adecuadas e implementarlas. Un enfoque de resolución de problemas sistemático, basado en hechos, es vital para lograrlo.

2.2.2.1 El ciclo de deming

Edward Deming presentó esta metodología en 1950 en el Japón que consiste en:

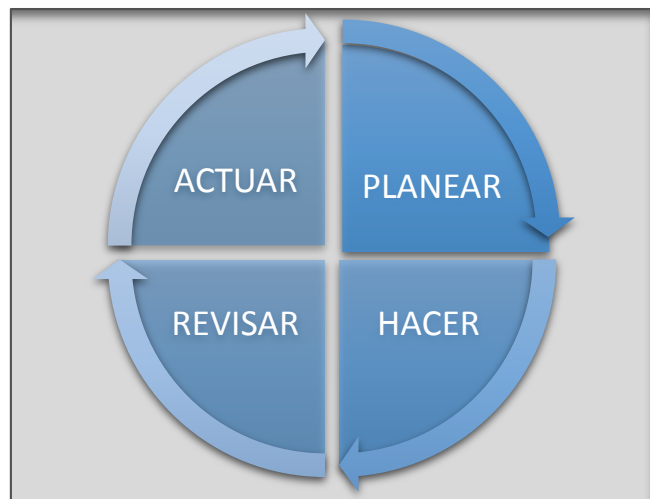
- 1.** Diseñar el producto con pruebas apropiadas

2. Elabora el producto y probarlo en la línea de producción y en el laboratorio.
3. Vender el producto
4. Probar el producto en servicio y por medio de una investigación de mercado. Averiguar qué piensan los usuarios sobre él y porqué los no usuarios no lo compran.

Son los ejecutivos japoneses que lo adaptaron en el ciclo **PDCA**:

- **Plan** (planificar, diseñar el producto)
- **Do** (hacer, asegurar que se produce lo que se diseñó)
- **Check** (verificar, confirmar si el cliente está satisfecho)
- **Act** (actuar, usar la retroalimentación para incorporar mejoras en la siguiente fase de la planificación.

Figura 2: El círculo PDCA de Deming



Fuente: Elaboración propia del círculo de PDCA de Deming guiado del libro Administración de la Calidad Total. Pág. 12.

2.2.3 Sistema de gestión de la calidad (SGC)

Es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo.

Otra manera de definir un sistema de gestión de la calidad es descomponiendo cada una de sus palabras y definir las por separado:

Sistema: Conjunto de elementos relacionadas entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objetos. Y estar bajo un conjunto de técnicas en favor de la organización y satisfacción de los clientes.

Gestión: Es la acción o efecto de hacer actividades para el logro de un negocio o un deseo cualquiera.

De estas dos definiciones podemos concluir que un sistema de gestión de la calidad son actividades planificadas, empresariales y controladas, que se realizan sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad. Así llevando al éxito a las organizaciones empresariales de distintos sectores.

Entre los elementos de un sistema de gestión de la calidad, se encuentran los siguientes:

1. Estructura Organizacional. Modelos de gestión de calidad.
2. Planificación (Estrategia). Encargado por los gerentes de las empresas.

3. Recursos. Es todo lo que se necesita para alcanzar el logro de las organizaciones y sus objetivos.
4. Procesos. Conjunto de actividades que transforman elementos de estradas en producto o servicio.
5. Procedimientos. Son la forma de llevar a cabo un proceso, conjunto de pasos detallados que deben realizar para poder transformar los elementos de entradas del proceso en productos o servicios

Todos estos elementos descritos anteriormente, están relacionados entre sí (de ahí a que es un sistema) y su vez son gestionados a partir de tres procesos de gestión.

La mejora en la calidad constituye grupo de actividades que llevan a la organización a cambios, es decir mayores niveles de desempeño.

La norma ISO 9001:2008 es un documento que establece requisitos para la implementación de un sistema de gestión de la calidad, y que pertenece a la familia ISO 9000 la cual es un conjunto de normas que representa un consenso internacional en buenas prácticas de gestión con el objetivo de que una organización pueda entregar productos y servicios que satisfagan los requisitos de calidad de los clientes.

La familia de normas ISO 9000 se divide en tres, como se presenta a continuación:

La ISO 9001:2008 es la única norma dentro de la familia que establece requisitos para un sistema de gestión de la calidad y la única que es auditable y certificable.

Es necesario aclarar que la norma ISO 9001 solo establece requisitos, es decir, lo que tenemos que hacer, pero no nos dice como debemos de hacerlo por lo que contribuye a que el documento sea flexible y pueda ser aplicado a diversos sectores. A continuación, se presentan algunos paradigmas de la norma:

La ISO 9000:2005 es la norma de fundamentos y vocabulario y en ella se encuentra la definición de los términos utilizados en todo el conjunto de normas que comprende la familia 9000, los 8 principios de la calidad en la cual está basada la familia de normas ISO 9000 y una breve introducción a los Sistemas de Gestión de Calidad.

La ISO 9004:2009 es una guía para la gestión del éxito sostenido y puede ser utilizada como un complemento para el Sistema de Gestión de la Calidad, pero no como una guía para su implementación ya que el propósito de este documento es otro. A diferencia de la 9001, esta norma no provee requisitos y no es auditable.

2.2.4 Los servicios

Según **Fitzsimmons & Fitzsimmons (2008)** los servicios son acciones, procesos y rendimientos. Un servicio es una actividad o serie de actividades con alguna, pero no necesariamente, naturaleza intangible. Se desarrolla en la interacción entre clientes y trabajadores en servicios y/o recursos tangibles o bienes, y/o sistemas de proveedores de servicios, los cuales proveen soluciones a las necesidades de los clientes. El autor menciona que otras definiciones incluye toda actividad económica cuyo resultado no es un producto tangible o construcción, es generalmente consumido en el momento que es producido, y provee valor agregado en las formas de (comodidad, atracción, ser oportuno, alivio, salud) que son esencialmente preocupaciones intangibles al momento de realizar una compra. Finalmente, para el

autor un servicio es una experiencia intangible temporal realizada para un cliente, actuando en rol de coproductor.

Asimismo, Fitzsimmons & Fitzsimmons (2008) indican que los gestores de servicios tienen dificultades describiendo sus productos, esto se debe, en parte, a la naturaleza intangible de los servicios, pero es la presencia en el proceso de los clientes lo que crea una preocupación en la experiencia total del servicio. Por ejemplo, en un restaurante el ambiente debe ser tan bueno como la comida. En este sentido el paquete de servicios se define como conjunto de bienes y servicios con la información que se proporciona en algún ambiente. Este paquete consta de las siguientes cinco características, que se observan en la figura 3.

Figura 3: Criterios para evaluar los servicios

| | |
|--------------------------------|--|
| 1. Infraestructura | 1. Ubicación (accesibilidad) |
| | 2. Decoración del interior (muebles) |
| | 3. Equipamiento (tipo, antigüedad) |
| | 4. Adecuación arquitectónica |
| | 5. Distribución de las instalaciones (flujo del tránsito, esperas, retornos) |
| 2. Bienes facilitadores | 1. Consistencia |
| | 2. Cantidad |
| | 3. Variedad |
| 3. Información | 1. Precisión |
| | 2. Oportuno |
| | 3. Utilidad |
| 4. Servicios Explícitos | 1. Capacitación del personal de servicio |
| | 2. Exhaustividad |
| | 3. Consistencia |
| | 4. Disponibilidad |
| 5. Servicios Implícitos | 1. Actitud de servicio (alegría, modales) |
| | 2. Atmósfera (decoración música, orden) |
| | 3. Espera |
| | 4. Prestigio |
| | 5. Sensación de bienestar |
| | 6. Privacidad y seguridad |
| | 7. Comodidad |

Fuente: Fitzsimmons & Fitzsimmons

2.2.5 La micro y pequeña empresa

La definición de Mypes en el Perú ha variado a través del tiempo, debido a los constantes cambios en el nivel económico, social, y más aún en el mundo empresarial.

Para nuestro estudio analizaremos las tres últimas variaciones: la Ley N° 28015 correspondientes al año 2003, el Decreto Legislativo N°1086, correspondientes al año 2008, y la Ley N°30056, correspondientes al año 2013.

A continuación, se exponen los dos casos:

Según la Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, 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 ((Ley N.º 28015, 03/07/2003).

Asimismo, según la Ley en mención, las Mypes tienen como características esenciales poseer de 1 a 50 trabajadores y ventas de 1 a 850 UIT, tal como se muestra en la Tabla 1:

Tabla 1. Clasificación de las Mypes, según la Ley N°28015

| Tamaño de empresa | N° Trabajadores | Ventas anuales |
|-------------------|-----------------|------------------|
| Microempresa | 1-10 | Hasta 150 UIT |
| Pequeña empresa | 1-50 | De 150 a 850 UIT |

Fuente: Ley N°28015 (2003)

Según el Artículo N°4 del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley Mypes (Decreto Supremo N° 007-2008-TR,2008), se define a la Micro y Pequeña Empresa como “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.

De igual modo, según el Decreto Supremo en mención, las Mypes tienen como características esenciales poseer hasta 100 trabajadores y ventas anuales de hasta 1700 UIT, tal como se muestra en la Tabla 2:

Tabla 2. Clasificación de las Mypes en el Perú, según el DS N° 007-2008

| Tamaño | Número de trabajadores | Ventas anuales |
|-----------------|------------------------|-------------------|
| Microempresa | 1-10 | Hasta 150 UIT |
| Pequeña empresa | 1-100 | De 150 a 1700 UIT |

Fuente: Decreto Supremo N° 007-2008-TR, 2008

De acuerdo con las modificaciones a los artículos 1, 5,14 y 42 Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial (Ley N° 30056), las Mypes se definen sólo por el volumen de ventas anuales, como se detalla en la Tabla 3:

Tabla 3. Clasificación de las Mypes en el Perú, según la Ley N° 30056

| Tipo de empresa | Ventas anuales |
|-----------------|-------------------|
| Microempresa | Hasta 150 UIT |
| Pequeña empresa | De 150 a 1700 UIT |

Fuente: Ley N° 30056 (2013)

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Glosario de términos

- **Calidad y mejora continua:**

Es la capacidad de optimizar los recursos disponibles (ejemplo: personas, materiales) y agregarles valor a través de ideas, enfoques en relación a la tarea asignada.

- **Capacidad de planificación y organización:**

Se trata de la capacidad para determinar con precisión las metas y prioridades de una tarea, área o proyecto y disponerlo en etapas, acciones, plazos y los recursos para el logro de los objetivos.

- **Gestión y logro de objetivos:**

Es la capacidad de orientarse al logro de los objetivos. También es orientarse a seleccionar y formar personas, delegar, generar directivas, planificación, diseño, análisis de información, para integrar las actividades de tal forma que se logre eficacia, eficiencia y calidad en la consecución de la misión y visión de la organización empresarial.

- **Iniciativa y autonomía:**

Es la capacidad de actuar proactivamente, idear e implementar soluciones a situaciones problemáticas, con decisión e independencia de criterio. Considera actuar con rapidez, eficacia y eficiencia ante nuevos eventos.

- **Orientación a resultados con calidad:**

Es la capacidad de conducir los comportamientos propios y de otros hacia el logro de los resultados esperados, cumpliendo los atributos de calidad establecidos. Seguimiento permanente.

- **Clúster:**

Un clúster es un grupo geográficamente denso de empresas e instituciones pertenecientes a un campo concreto, unidas por rasgos comunes y complementarios entre sí. Los clúster adoptan varias formas y la mayoría de ellos comprenden empresas de productos o servicios finales, proveedores de materiales, servicios especializados, instituciones financieras y empresas de sectores afines.

En los clúster también suelen integrarse empresas que constituyen eslabones posteriores de la cadena productiva, es decir, canales de distribución o clientes; fabricantes de productos complementarios; proveedores de infraestructura; las instituciones públicas y privadas (que facilitan la formación, información, investigación y apoyo técnico especializados) y los institutos de normalización.

CAPITULO III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general

Las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018, con mejores perspectivas constantes de desarrollo son aquellas que se caracterizan por llevar una gestión donde se brinda atención al cliente en todo su contexto.

3.2 Hipótesis específicos

- El uso de técnicas de administración son características en la gestión de las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018.
- La socialización de buenas prácticas de atención al cliente son características en las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018.
- El microempresario de las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018 tiene interés por satisfacer las expectativas de sus clientes.

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño de investigación

El diseño está compuesto por las siguientes características para un mejor tratamiento de la investigación:

- **No experimental:** Porque el investigador no realizó ninguna acción intencional sobre las variables.
- **Transversal:** Es cuando la información del objeto de estudio (población) se obtiene por única vez en un momento dado.
- **Descriptiva:** Según Salkind (1998). Se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio.
- **Correlacional:** Tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. Tiene como fuentes de información las bases de datos.

4.1.1 Tipo de investigación

La investigación es del tipo Cuantitativa, en el tratamiento de los datos y presentación de los resultados, se utilizó procedimientos estadísticos y de medición.

4.1.2 Nivel de investigación

Descriptiva, consiste en observar y describir la caracterización de un fenómeno, hecho o individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento, sin realizar influencia alguna.

4.2 Universo y muestra

4.2.1 Universo

La población está conformada por las mypes del sector comercial, rubro confecciones, emporio comercial Gamarra ubicado en el distrito de La Victoria, Lima, año 2018.

En la investigación, se acudió a fuentes de información como la SUNAT y Municipalidad de la Victoria (Lima) y página web del Instituto Nacional de Estadística e Informática.

El emporio Gamarra, está compuesto por 54 manzanas con alrededor de 20,000 microempresarios, y aproximadamente existen 200 galerías comerciales.

Asimismo, existen 24,222 establecimientos comerciales, de ellos 15,800 (64,0%) se dedican a la actividad comercial y 8,422 (36,0%) a la manufacturera.

En conclusión, para nuestra investigación, la población es la manufacturera, es decir 8,422 mypes.

4.2.2 Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, partiremos del tamaño de la población y aplicaremos la fórmula estadística siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

Donde:

| N | Población | |
|----------|-------------------------|------------|
| Z | Nivel de confianza | 95% (1.96) |
| E | Margen de error | 5% (0.05) |
| P | probabilidad de éxito | 0.5 |
| Q | probabilidad de fracaso | 0.5 |

Aplicando la fórmula, obtenemos una muestra de **367.44 mypes**.

Sin embargo, con el interés de hacer factible la investigación, se seleccionó a las principales mypes del rubro de confecciones de las principales avenidas que compone este emporio comercial, siendo el número de 31 mypes.

Las principales avenidas visitadas fueron: Jr. Mariscal Agustín Gamarra, Jr. América, Jr. Gamarra, Jr. Antonio Bazo, Jr. Huánuco, Ca. Sebastián Barranca, Prol. Huánuco, Prol. Gamarra, Av. Aviación y Av. 28 de Julio.

Las mypes seleccionadas participantes son:

| CONFECCIONES GAMARRA | DIRECCIÓN |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| Sonia Confecciones | Jr. Mariscal Agustín Gamarra 761 |
| Confecciones Querubín | Jr. Gamarra 653 |
| Vilma Confección | Jr. Antonio Bazo 573 |
| Confecciones Ariana | Av. Prolongación Huánuco 1420 |
| Confecciones Castillo | Ca. Sebastián Barranca 1575 |
| Emporio Gamarra | Ca. Sebastián Barranca 1622 |
| Confecciones Joka Perú E.I.R.L | Jr. Mariscal Agustín Gamarra 1020 |
| Confecciones Martha | Jr. América 276 |
| Confección Polos Publicitarios | Jr. Mariscal Agustín Gamarra 959 |
| Confecciones Gaby | Jr. América 277 |
| Confección de Ropa Industrial | Jr. Gamarra 1085 |
| Confecciones Tito | Jr. Antonio Bazo 709 |

| | |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| Confecciones Brenon S.A.C | Jr. Mariscal Agustín Gamarra 860 |
| Confecciones Silva Sotomayor | Jr. Mariscal Agustín Gamarra 1080 |
| Confecciones Wilder | Jr. Huánuco 1420 |
| Confecciones Faby | Jr. Huánuco 1590 |
| Confecciones Sami | Prolong. Gamarra 1020 |
| Confecciones H&B Kids | Av. Aviación 736 |
| Confecciones Josesito | Av. 28 de Julio 2492 |
| Confecciones las Malvinas | Jr. Mariscal Agustín Gamarra 675 |
| Confecciones Dubái | Jr. Huánuco 1568 |
| Confecciones Marleny | Ca. Sebastián Barranca 1631 |
| Confecciones industriales AURIS | Ca. Sebastián Barranca 1476 |
| Confecciones Bazán | Jr. América 336 |
| Confecciones “Borja” | Jr. Huánuco 1610 |
| Confecciones Jordán | Jr. Mariscal Agustín Gamarra 785 |
| Confecciones “Mardie” | Jr. Mariscal Agustín Gamarra 1010 |
| Confecciones Danly | Jr. Mariscal Agustín Gamarra 789 |
| Confecciones Victoria Passion | Jr. Alexander Von Humboldt 1418 |
| Confecciones “Evelyn” | Jr. América 344 |
| Confecciones JJB | Jr. Mariscal Agustín Gamarra 764 |

Fuente: Elaboración propia.

4.3 Definición y operacionalización de las variables

Tabla 4: Definición y operacionalización de variables

| VARIABLES | | Definición conceptual | Definición Operacional | Ítems del cuestionario |
|--|------------------------------|--|---|---|
| | Gestión de calidad | Son una serie de estándares Internacionales que especifican las recomendaciones y requerimientos para el diseño y valoración de un sistema de gestión que asegure que los productos satisfagan los requerimientos especificados. | Opinión del microempresario respecto a Gestión de Calidad. | ¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad? |
| | | | Opinión del microempresario respecto a los Procesos Claves de la empresa. | ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa? |
| | | | Opinión del microempresario respecto a la Solución de Problemas. | ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas? ¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente? |
| | Enfoque en el cliente | Es la identificación de los requerimientos de los clientes y la medición de su satisfacción, obedece a un proceso metodológico con una secuencia de pasos. | Opinión del microempresario respecto a su Infraestructura del Local. | ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado? |
| Opinión del microempresario respecto a la Vocación de Servicio de su Personal. | | | ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio? ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente? | |

Fuente: elaboración propia

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnicas

Para la investigación del informe se utilizaron las siguientes técnicas:

- Entrevista
- Encuesta

4.4.2 Instrumentos

Se elaboró un cuestionario estructurado de 22 preguntas, el cual está contenido en una encuesta.

4.5 Plan de análisis

El tratamiento de los datos que se recolectaron para la investigación fue bajo el análisis descriptivo. La tabulación se realizó con el programa IBM SPSS STATISTICS versión 24.

4.6 Matriz de consistencia

Tabla 5: Matriz de consistencia de la investigación

| PROBLEMA | OBJETIVOS | VARIABLES | HIPÓTESIS | METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS |
|---|---|--|---|--|---|
| ¿Reforzar las capacidades y habilidades en gestión y atención al cliente en los microempresarios del sector comercial, confecciones del emporio comercial Gamarra del distrito La Victoria, Lima, año 2018, contribuirá a reforzar un vínculo con sus clientes? | <p>Objetivo general</p> <p>Investigar la gestión bajo enfoque de atención al cliente que se realiza en las mypes del sector comercial, confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018.</p> | <p>Variable dependiente</p> <p>Atención al cliente</p> <p>Variable independiente</p> <p>Gestión de calidad</p> | <p>Hipótesis general</p> <p>Las mypes del sector comercial, confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018, con mejores perspectivas constantes de desarrollo son aquellas que se caracterizan por llevar una gestión donde se brinda atención al cliente en todo su contexto.</p> | <p>Tipo de investigación:</p> <p>Cuantitativa.</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Descriptiva.</p> <p>Diseño de la investigación:</p> <p>- no experimental</p> | <p>Técnicas</p> <p>. Entrevista . Encuesta</p> <p>Fuentes:</p> <p>- SUNAT - Municipalidad distrital de La Victoria, Lima. - Instituto Nacional de Estadística e Informática.</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar si la gestión que se realiza en las mypes del sector comercial, confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018, utiliza aspectos técnicos de la administración. - Determinar si existe el uso de buenas prácticas de Atención al Cliente en las mypes del sector comercial, confecciones emporio comercial Gamarra, | | <p>Hipótesis específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> - El uso de técnicas de administración son características en la gestión de las mypes del sector comercial, confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018. - La socialización de buenas prácticas de Atención al Cliente son características en las mypes del sector comercial, confecciones emporio comercial | <ul style="list-style-type: none"> - transversal - descriptivo - correlacional. | <p>Población</p> <p>Se determinó que son 8,422 mypes del rubro confecciones del emporio comercial Gamarra.</p> <p>Muestra</p> <p>Se determinó que son 367 mypes a encuestar, sin embargo por conveniencia, se seleccionó a 31 mypes del rubro en estudio.</p> |
|--|--|--|--|--|---|

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | <p>distrito La Victoria, Lima, año 2018.</p> <p>- Reconocer si existe interés en el microempresario de las mypes del sector comercial, confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018 por satisfacer las expectativas del cliente.</p> | | <p>Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018.</p> <p>El microempresario de las mypes del sector comercial, confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018 tiene interés por satisfacer las expectativas de sus clientes.</p> | | |
|--|--|--|--|--|--|

Fuente: elaboración propia

4.7 Principios éticos

La investigación se realizó respetando los siguientes principios:

- **Protección a las personas.** - Fundamentado en la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad.
- **Beneficencia y no maleficencia.** - Fundamentado en la integridad y minimizar los efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Justicia.** - Fundamentado en la equidad y justicia de participar a todas las personas que participan de la investigación el derecho a acceder a sus resultados.
- **Integridad científica.** - Fundamentado de hacer extensiva la investigación propagando el conocimiento.
- **Consentimiento informado y expreso.** - Fundamentado en la voluntad, de las personas de ser sujetos de la investigación.

CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

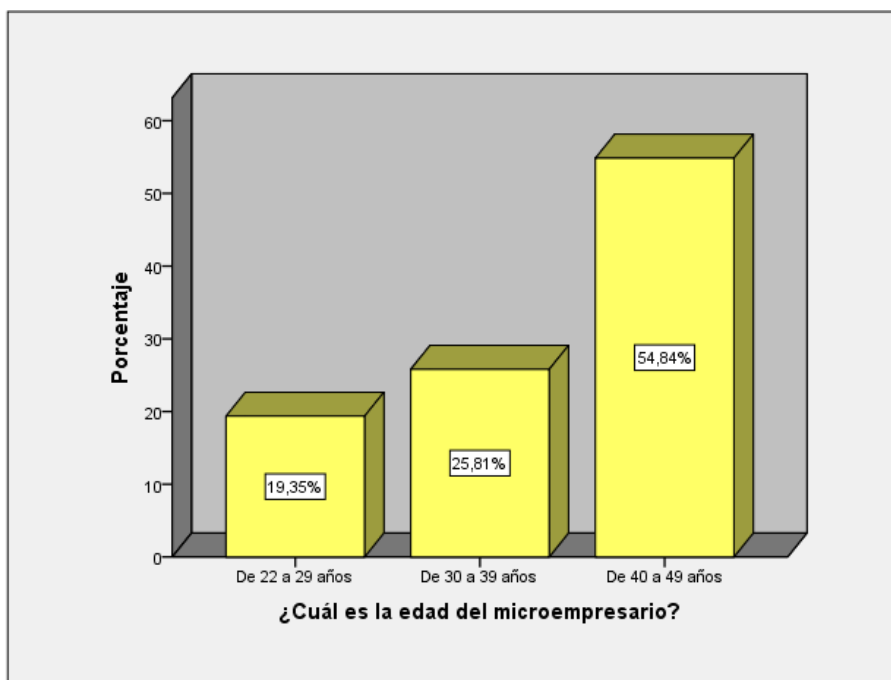
A. Respecto al microempresario

Tabla 6: ¿Cuál es la edad del microempresario?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | De 22 a 29 años | 6 | 19,4 | 19,4 | 19,4 |
| | De 30 a 39 años | 8 | 25,8 | 25,8 | 45,2 |
| | De 40 a 49 años | 17 | 54,8 | 54,8 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 4: ¿Cuál es la edad del microempresario?



Fuente: Tabla 3

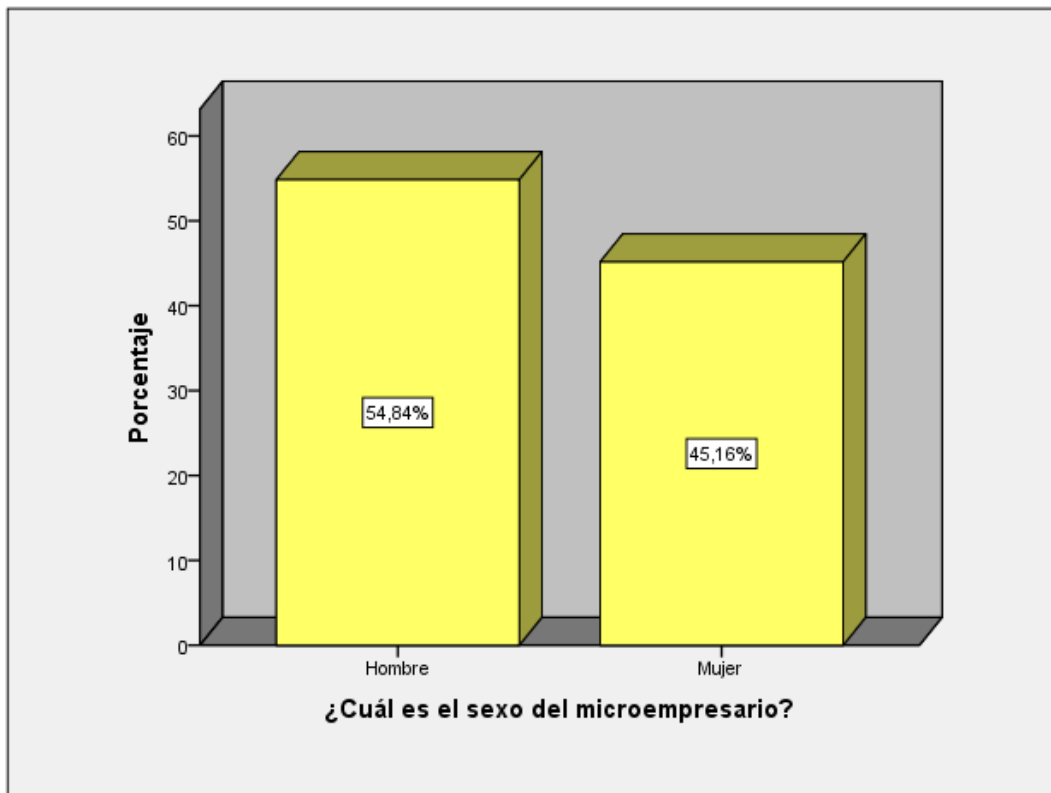
DESCRIPCIÓN: según los datos obtenidos de la investigación, el 54.84% están entre la edad de “40 a 49 años”, un 25.81% tienen la edad de “30 a 39 años” y un 19.35% varían entre “22 a 29” años.

Tabla 7: ¿Cuál es el sexo del microempresario?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Hombre | 17 | 54,8 | 54,8 | 54,8 |
| | Mujer | 14 | 45,2 | 45,2 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 5: ¿Cuál es el sexo del microempresario?



Fuente: Tabla 4

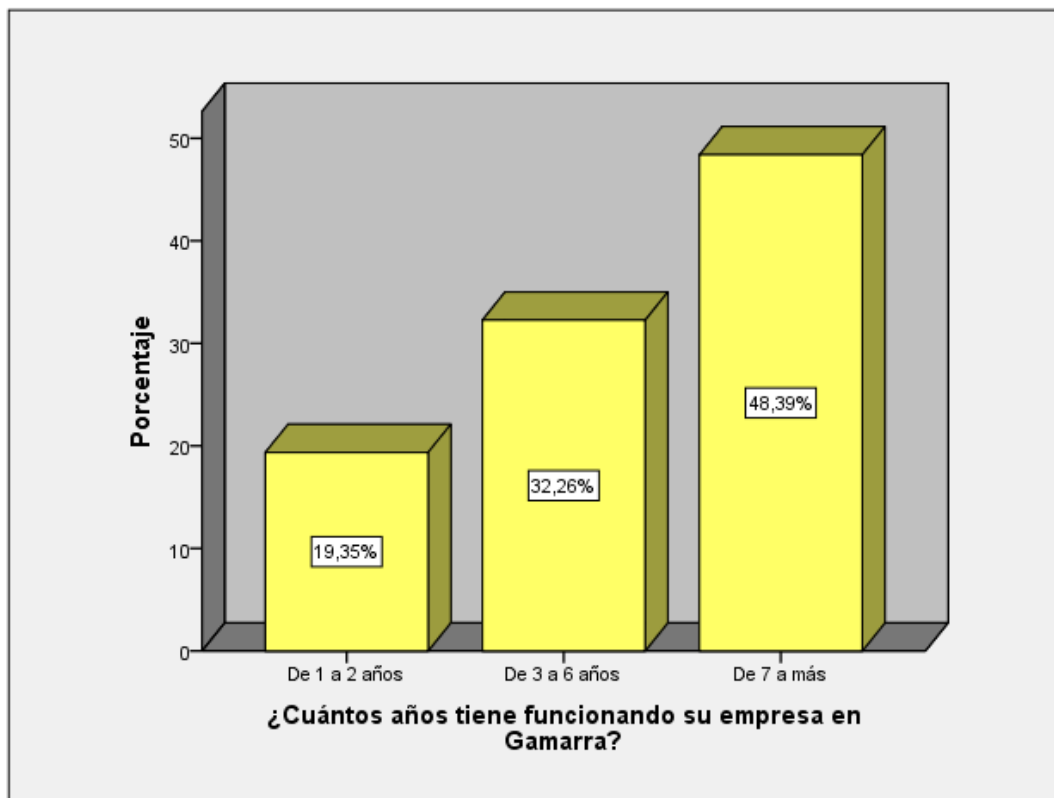
DESCRIPCIÓN: según los datos de la investigación, en su gran mayoría los propietarios son del género masculino (54.84%) y el 45.16% género femenino.

Tabla 8: ¿Cuántos años tiene funcionando su empresa en Gamarra?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | De 1 a 2 años | 6 | 19,4 | 19,4 | 19,4 |
| | De 3 a 6 años | 10 | 32,3 | 32,3 | 51,6 |
| | De 7 a más | 15 | 48,4 | 48,4 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 6: ¿Cuántos años tiene funcionando su empresa en Gamarra?



Fuente: Tabla 5

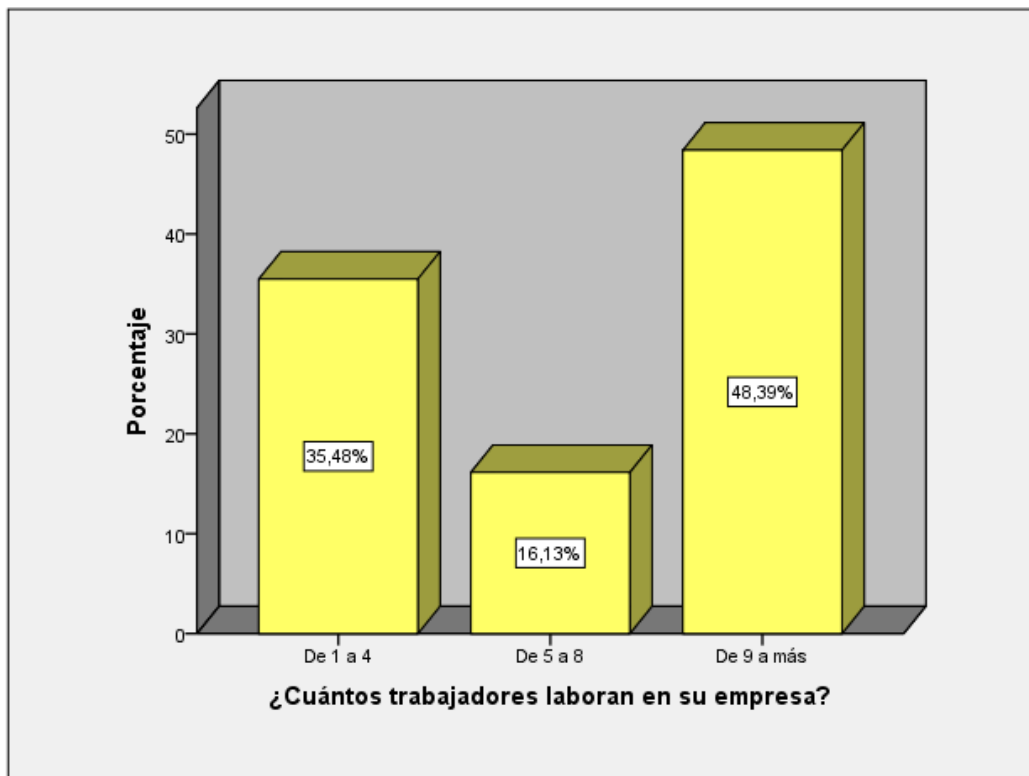
DESCRIPCIÓN: Según la información obtenida, las mypes en su mayoría están presentes en el mercado de “7 a más años” (48,39%); un 32.26% funcionan de “3 a 6 años” y el 19.35% están funcionando de 1 a 2 años.

Tabla 9: ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | De 1 a 4 | 11 | 35,5 | 35,5 | 35,5 |
| | De 5 a 8 | 5 | 16,1 | 16,1 | 51,6 |
| | De 9 a más | 15 | 48,4 | 48,4 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 7: ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?



Fuente: Tabla 6

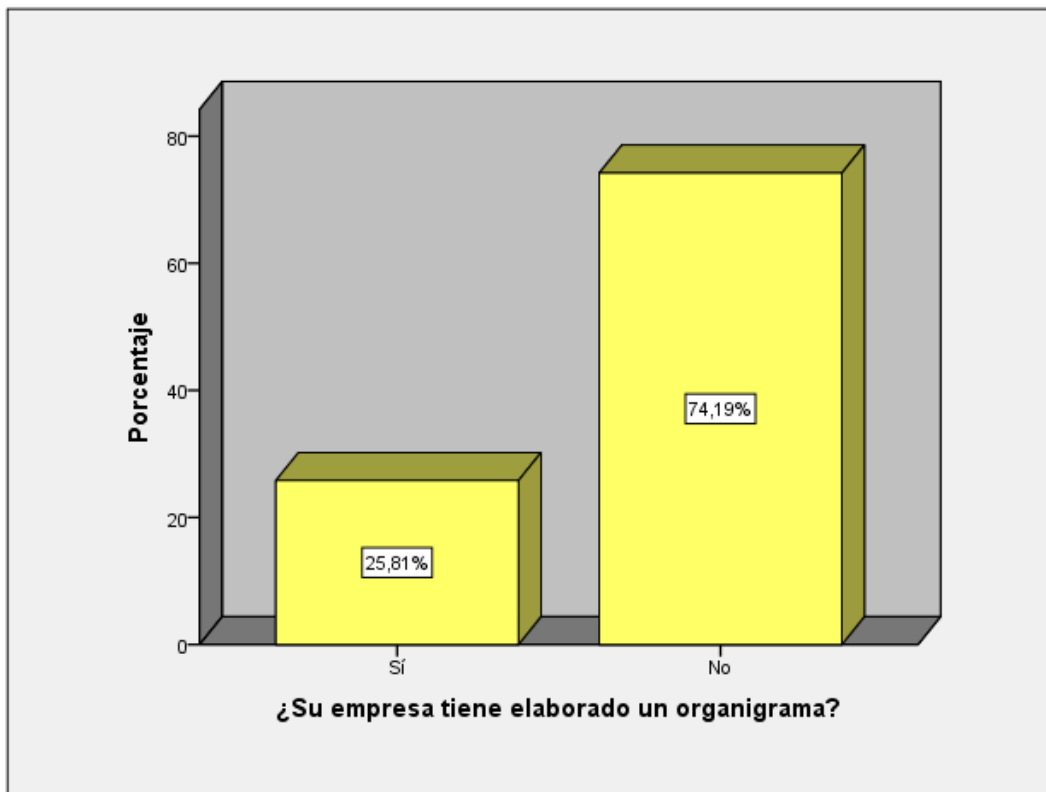
DESCRIPCIÓN: según la recopilación de los datos, estas microempresas tienen un total de “9 a más trabajadores”48.39%, de “1 a 4” 35.48% y un 16.13% de “5 a 8 trabajadores”.

Tabla 10: ¿Su empresa tiene elaborado un organigrama?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 8 | 25,8 | 25,8 | 25,8 |
| | No | 23 | 74,2 | 74,2 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 8: ¿Su empresa tiene elaborado un organigrama?



Fuente: Tabla 7

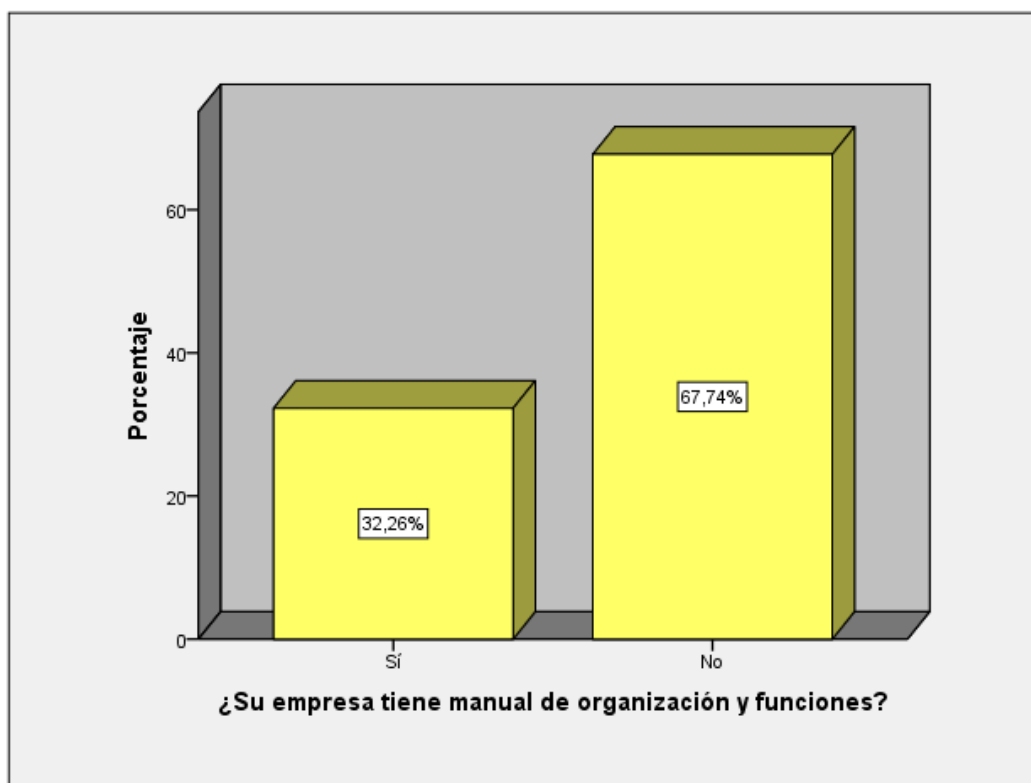
DESCRIPCIÓN: según la investigación, las mypes del sector comercial, manifiesta que el 74.19% no tiene elaborado un organigrama, mientras tanto el 25.81% si cuentan con la implementación de un organigrama.

Tabla 11: ¿Su empresa tiene manual de organización y funciones?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 10 | 32,3 | 32,3 | 32,3 |
| | No | 21 | 67,7 | 67,7 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 9: ¿Su empresa tiene manual de organización y funciones?



Fuente: Tabla 8

DESCRIPCIÓN: Según la investigación, las microempresas no tienen un manual de organización y funciones 67.74%, mientras tanto los que sí tienen son el 32.26% de las microempresas encuestadas.

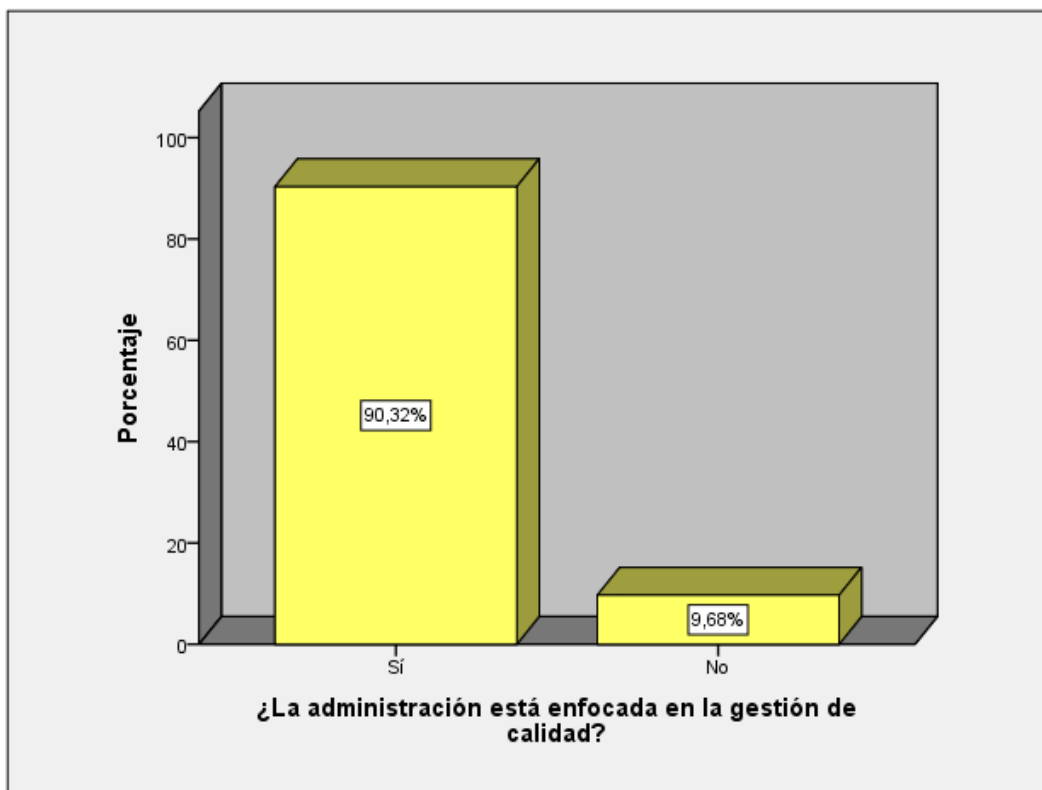
B. Respecto a la gestión de calidad

Tabla 12: ¿La administración está enfocada en la gestión de calidad?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 28 | 90,3 | 90,3 | 90,3 |
| | No | 3 | 9,7 | 9,7 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 10: ¿La administración está enfocada en la gestión de calidad?



Fuente: Tabla 9

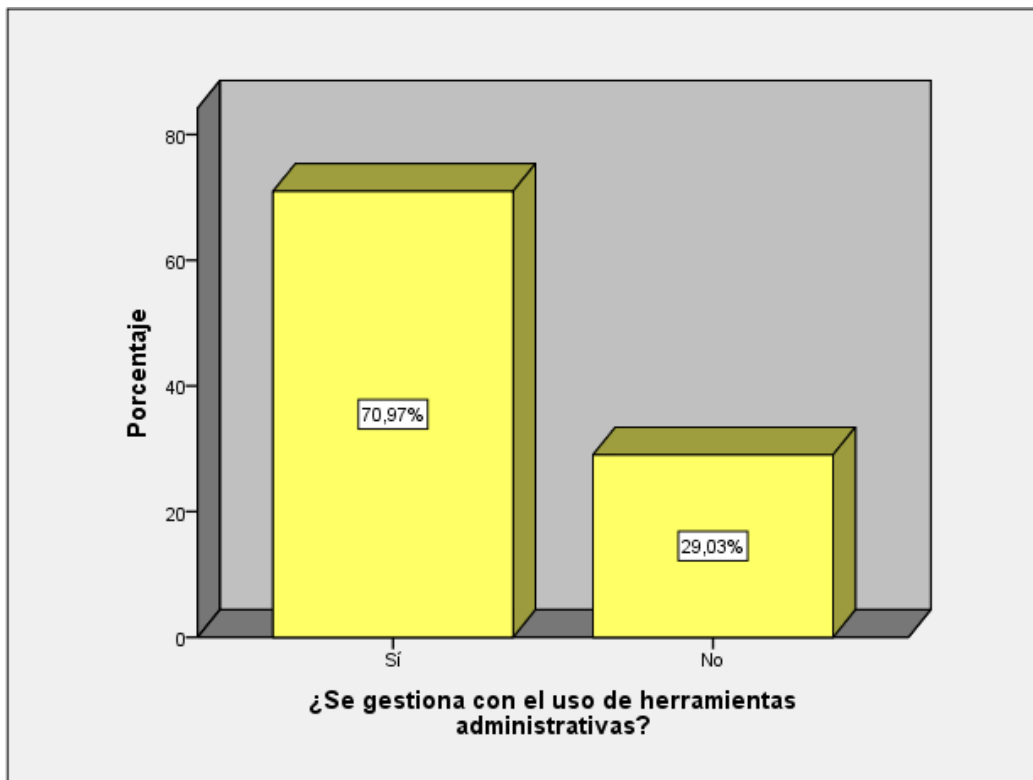
DESCRIPCIÓN: las microempresas según la investigación están enfocados en la gestión de la calidad en su gran mayoría (90.32%); no la practican aún 9.68%.

Tabla 13: ¿Se gestiona con el uso de herramientas administrativas?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 22 | 71,0 | 71,0 | 71,0 |
| | No | 9 | 29,0 | 29,0 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 11: ¿Se gestiona con el uso de herramientas administrativas?



Fuente: Tabla 10

DESCRIPCIÓN: según el estudio, el 70.97% de las microempresas si gestionan con el uso de herramientas, pero el 29.03% no.

Tabla 14: ¿Su organización se guía por su misión y visión?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 20 | 64,5 | 64,5 | 64,5 |
| | No | 11 | 35,5 | 35,5 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 12: ¿Su organización se guía por su misión y visión?



Fuente: Tabla 11

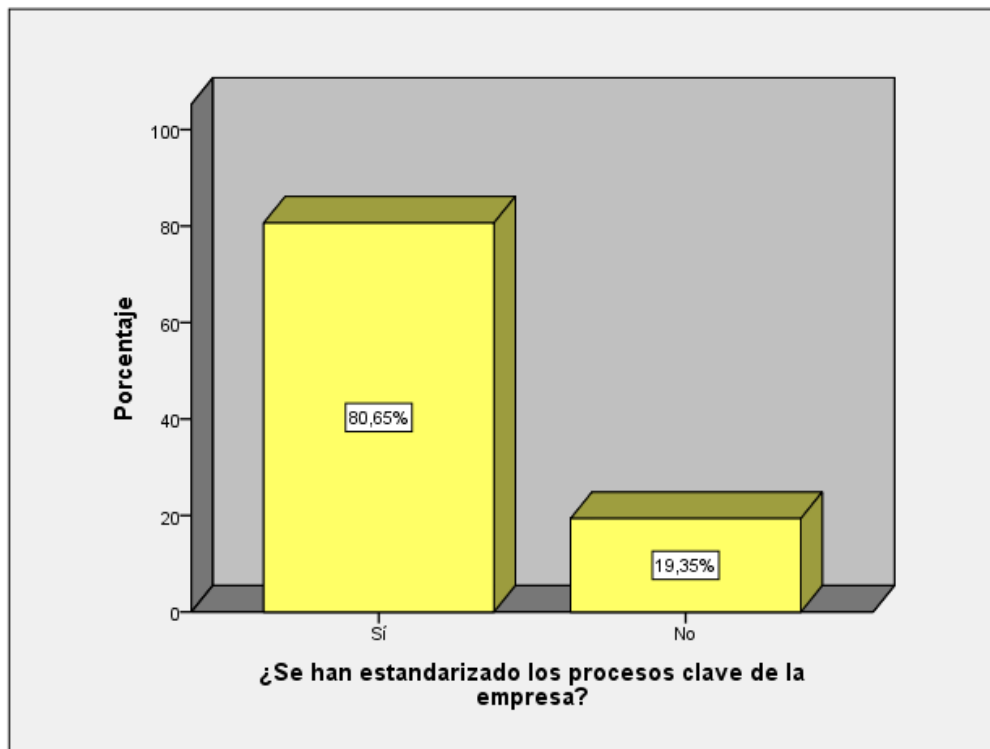
DESCRIPCIÓN: las microempresas del sector comercial, rubro confecciones emporio Gamarra se guían por su misión y visión 64.52%, y el 35.48% no.

Tabla 15: ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 25 | 80,6 | 80,6 | 80,6 |
| | No | 6 | 19,4 | 19,4 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 13: ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?



Fuente: Tabla 12

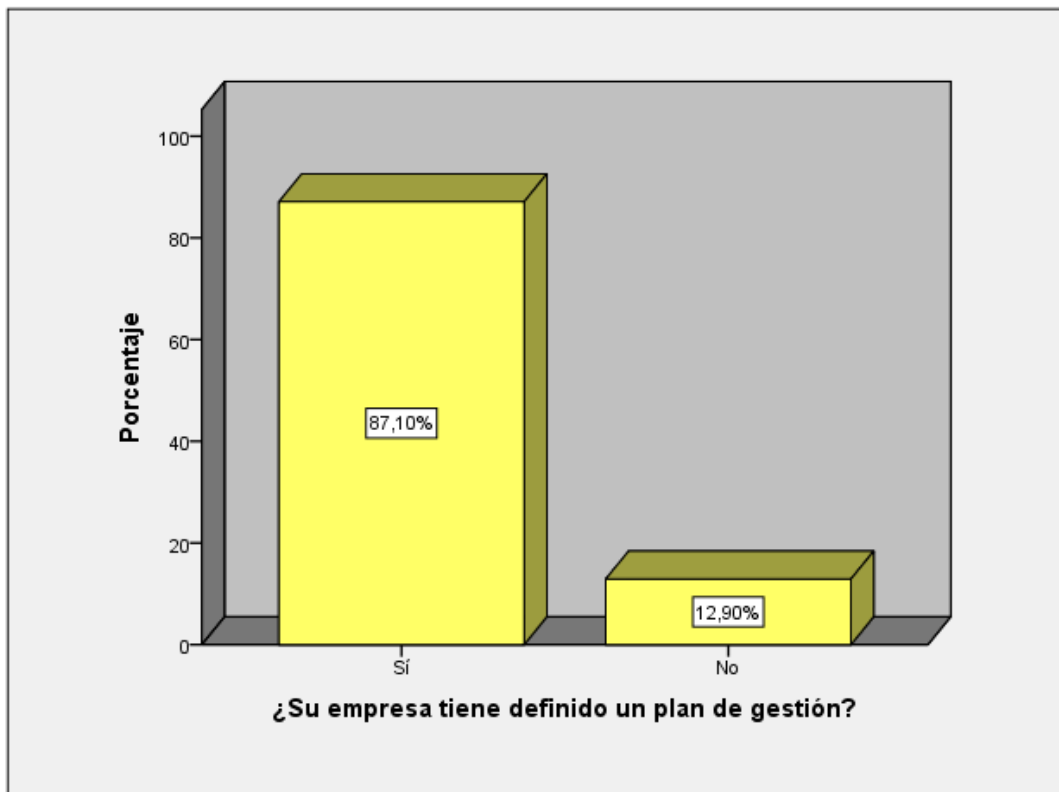
DESCRIPCIÓN: según los datos de la investigación, el 80,65% de las microempresas en estudio, si estandarizaron sus procesos clave de su empresa, y el 19,35% no tienen interés de brindar atención.

Tabla 16: ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 27 | 87,1 | 87,1 | 87,1 |
| | No | 4 | 12,9 | 12,9 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 14: ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?



Fuente: Tabla 13

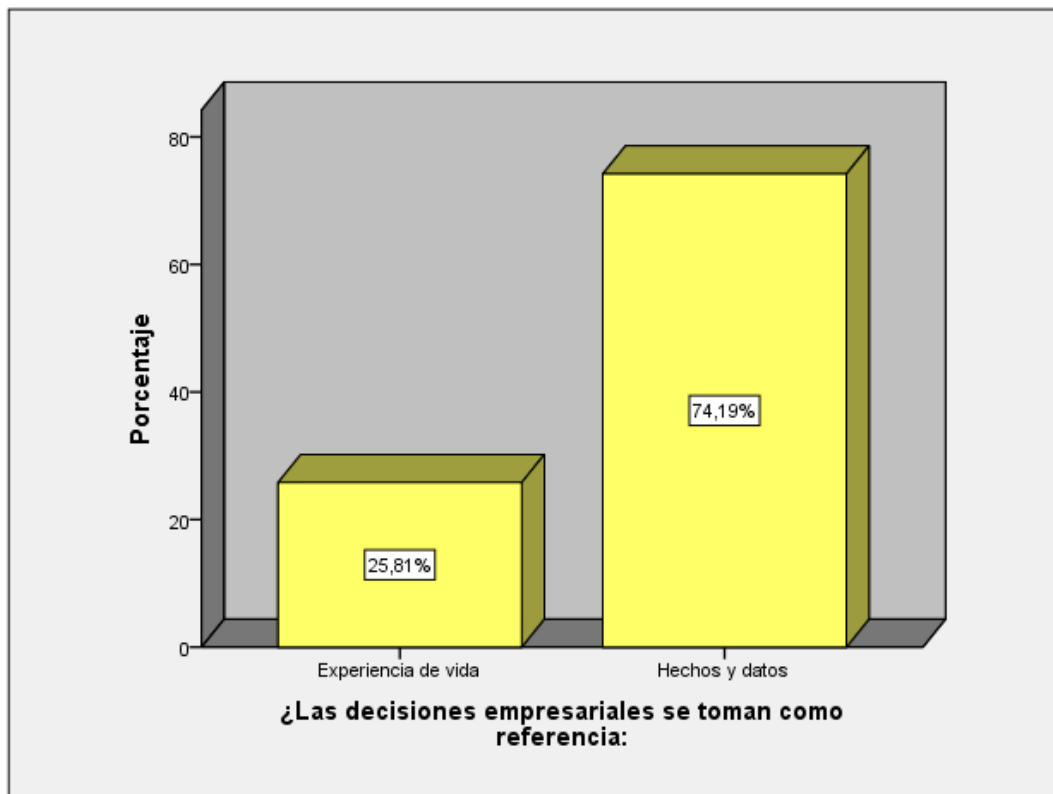
DESCRIPCIÓN: según los datos de las encuestas, las microempresas en estudio si tienen definido un plan de gestión 87.10%, mientras que el 12.90% no.

Tabla 17: Las decisiones empresariales se toman como referencia:

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Experiencia de vida | 8 | 25,8 | 25,8 | 25,8 |
| | Hechos y datos | 23 | 74,2 | 74,2 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 15: Las decisiones empresariales se toman como referencia:



Fuente: Tabla 14

DESCRIPCIÓN: El 74.19% de los propietarios, toman las decisiones empresariales y tomando como referencia hechos y datos, mientras que el 25.81% toman como referencia su experiencia de vida.

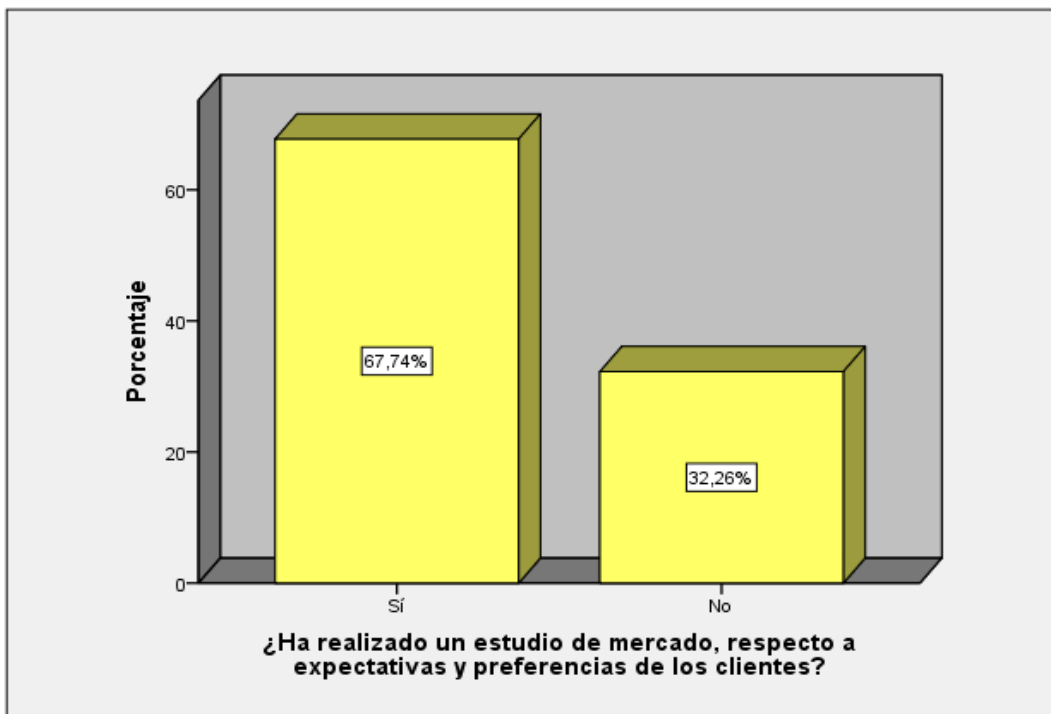
C. Respetto atención al cliente

Tabla 18: ¿Ha realizado un estudio de mercado, respecto a expectativas y preferencias de los clientes?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 21 | 67,7 | 67,7 | 67,7 |
| | No | 10 | 32,3 | 32,3 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 16: ¿Ha realizado un estudio de mercado, respecto a expectativas y preferencias de los clientes?



Fuente: Tabla 15

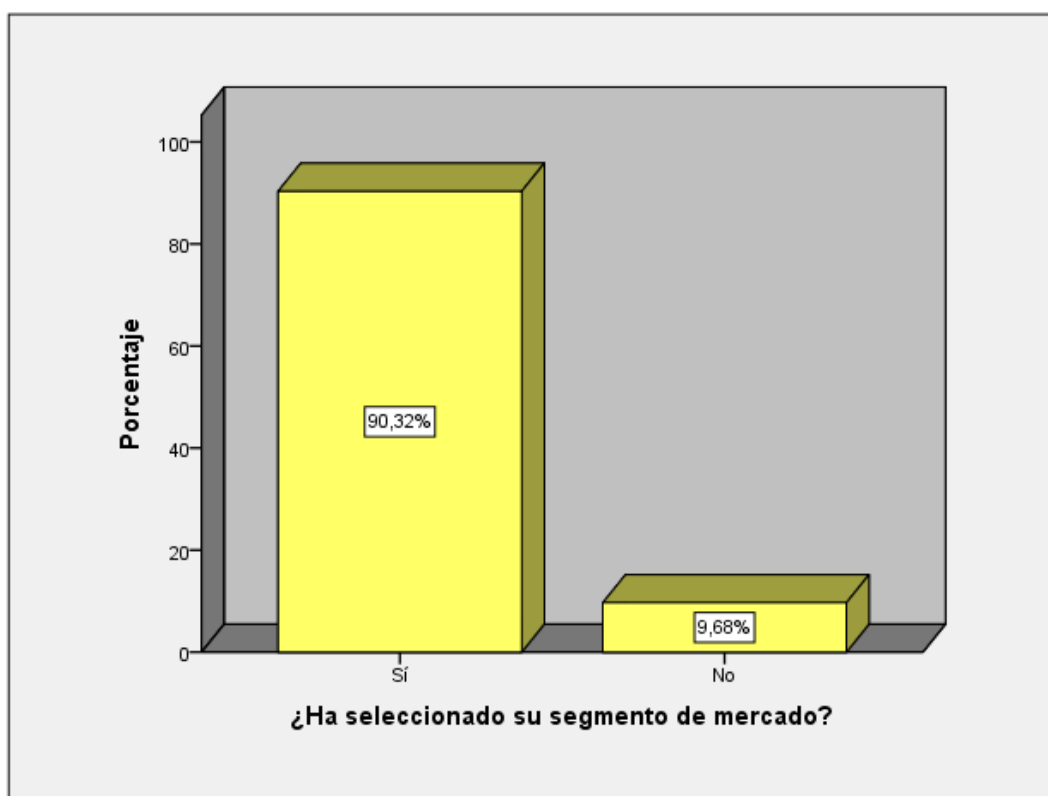
DESCRIPCIÓN: según el estudio de investigación, las mypes si realizaron un estudio de mercado respecto a expectativas y preferencias de los clientes 67.74%, pero un 32.26% no tienen interés por realizarlos.

Tabla 19: ¿Ha seleccionado su segmento de mercado?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 28 | 90,3 | 90,3 | 90,3 |
| | No | 3 | 9,7 | 9,7 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 17: ¿Ha seleccionado su segmento de mercado?



Fuente: Tabla 16

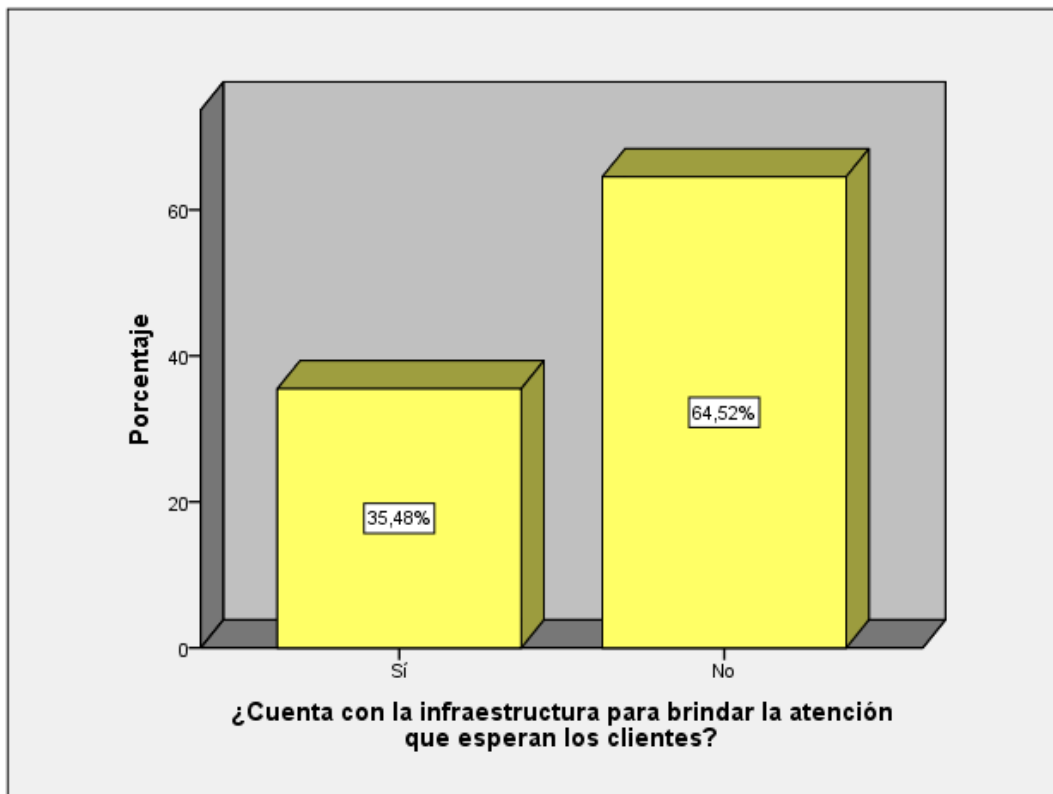
DESCRIPCIÓN: el 90.32% de los propietarios del sector comercial, rubro confecciones emporio gamarra seleccionaron su segmento de mercado y un 9.68% no toman importancia.

Tabla 20: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar la atención que esperan los clientes?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 11 | 35,5 | 35,5 | 35,5 |
| | No | 20 | 64,5 | 64,5 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 18: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar la atención que esperan los clientes?



Fuente: Tabla 17

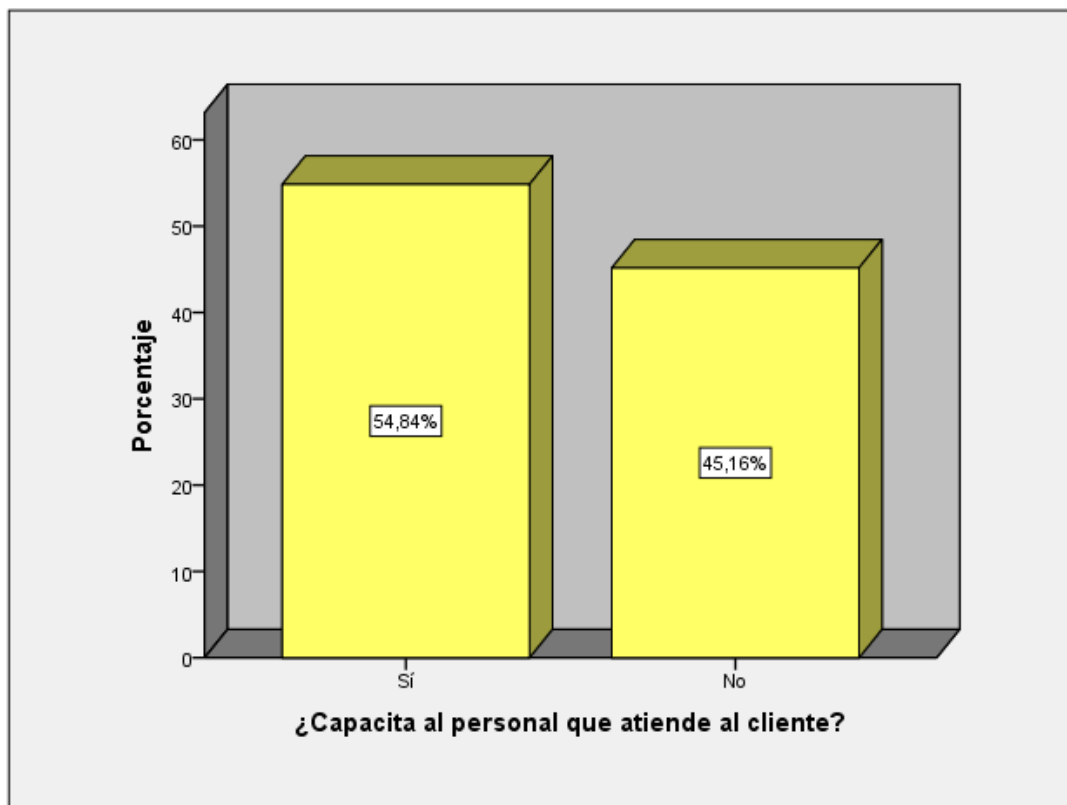
DESCRIPCIÓN: basado en los datos de la investigación, solo el 35.48% de las mypes cuentan con infraestructura para atender a los clientes. Esto evidencia falta de enfoque en el cliente.

Tabla 21: ¿Capacita al personal que atiende al cliente?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 17 | 54,8 | 54,8 | 54,8 |
| | No | 14 | 45,2 | 45,2 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 19: ¿Capacita al personal que atiende al cliente?



Fuente: Tabla 18

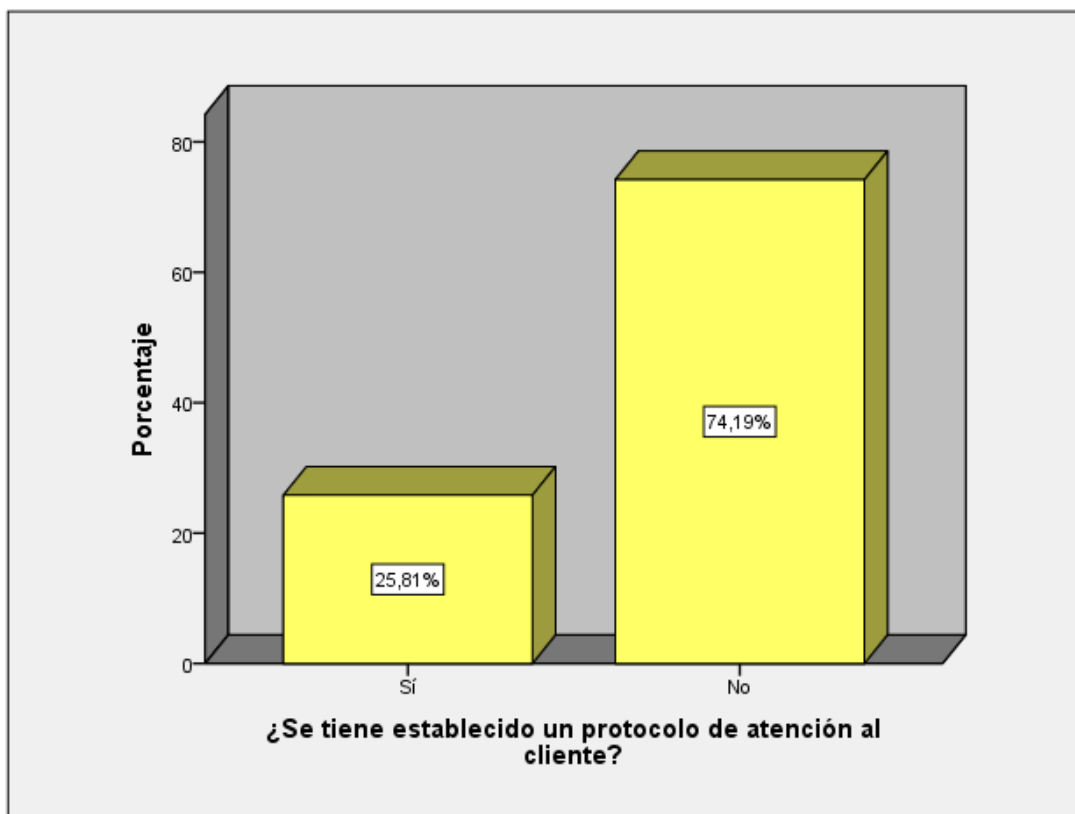
DESCRIPCIÓN: Las mypes del sector en estudio, en su mayoría 54.84% si capacita al personal que atiende al cliente; sin embargo un 45.16% no lo realizan porque no es considerado prioridad.

Tabla 22: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 8 | 25,8 | 25,8 | 25,8 |
| | No | 23 | 74,2 | 74,2 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 20: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?



Fuente: Tabla 19

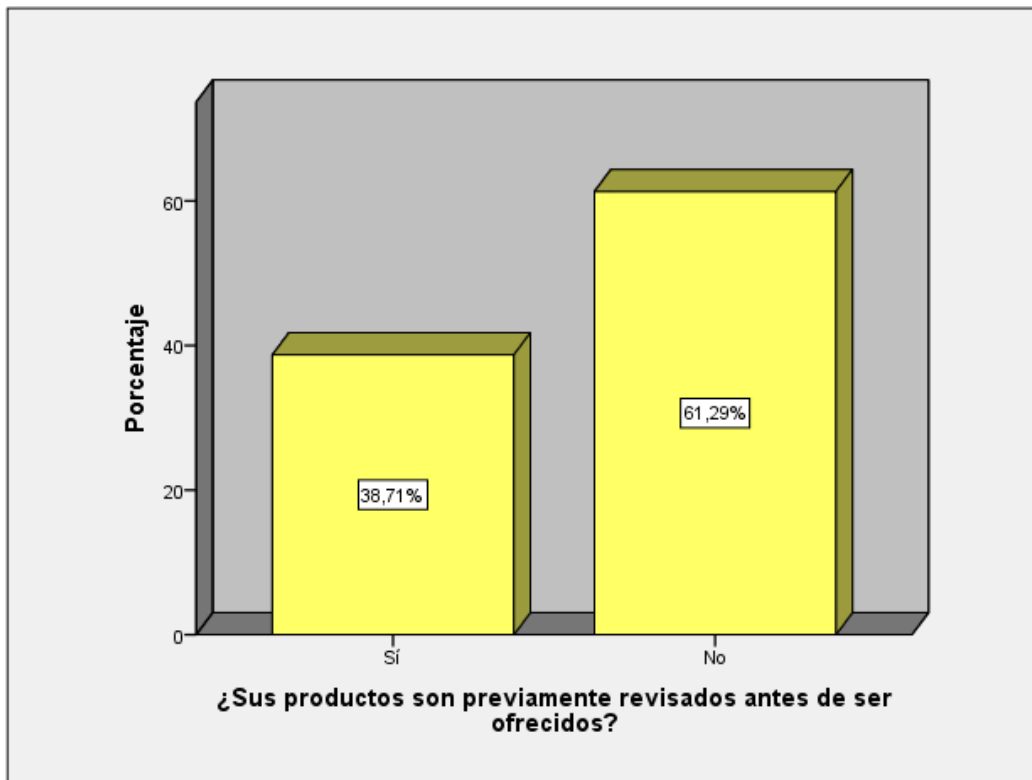
DESCRIPCIÓN: La investigación hace referencia que establecieron un protocolo de atención al cliente solo el 25.81% de las mypes encuestadas; siendo la gran mayoría que carece de esta herramienta (74.19%).

Tabla 23: ¿Sus productos son previamente revisados antes de ser ofrecidos?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 12 | 38,7 | 38,7 | 38,7 |
| | No | 19 | 61,3 | 61,3 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 21: ¿Sus productos son previamente revisados antes de ser ofrecidos?



Fuente: Tabla 20

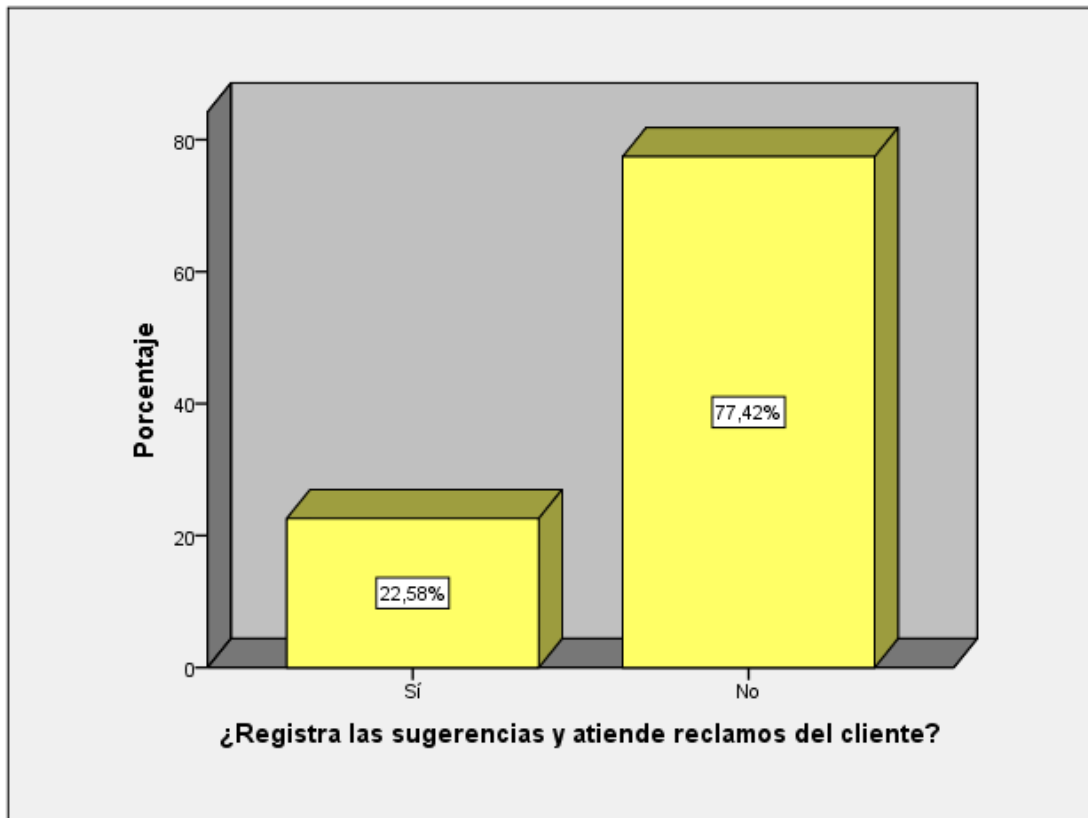
DESCRIPCIÓN: Según las encuestas, solo el 38,71% de las mypes encuestadas tiene la buena práctica de revisar sus productos antes de ser ofrecidos a sus clientes; mientras que para el 61,29% representa una oportunidad de mejora.

Tabla 24: ¿Registra las sugerencias y atiende reclamos del cliente?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 7 | 22,6 | 22,6 | 22,6 |
| | No | 24 | 77,4 | 77,4 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 22: ¿Registra las sugerencias y atiende reclamos del cliente?



Fuente: Tabla 21

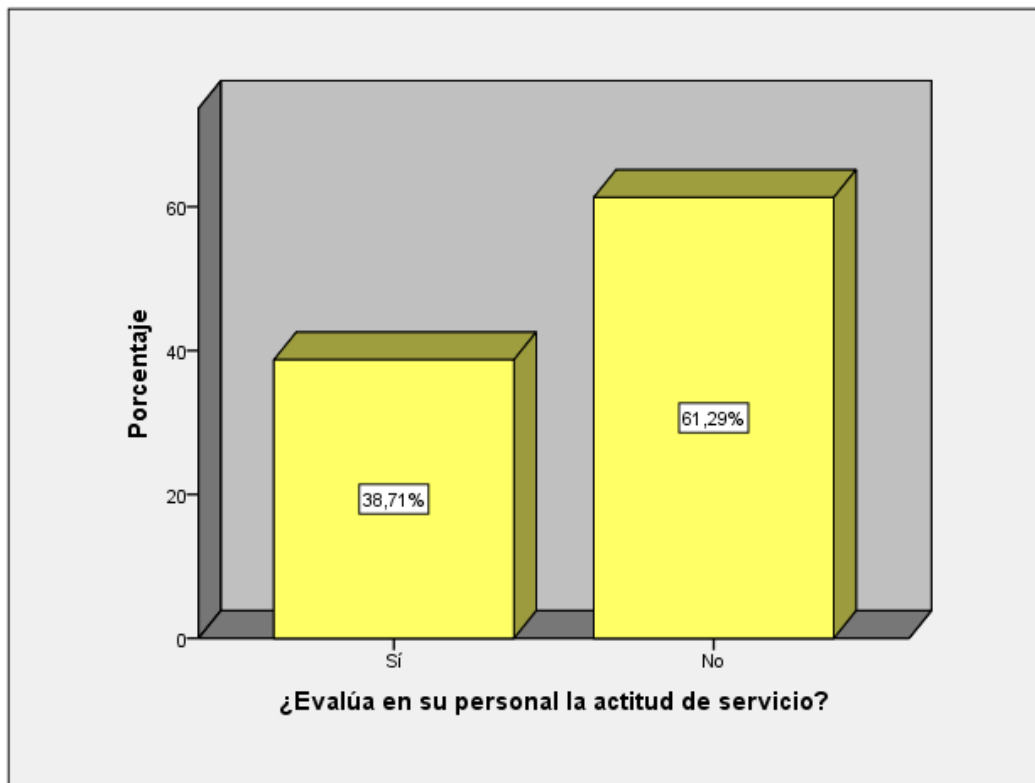
DESCRIPCIÓN: El 22.58% de estas mypes en estudio, si tienen actitud positiva para el registro de sugerencias y reclamos de sus clientes. No es una fortaleza en la mayoría de las mypes en estudio (77.42%).

Tabla 25: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 12 | 38,7 | 38,7 | 38,7 |
| | No | 19 | 61,3 | 61,3 | 100,0 |
| Total | | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 23: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?



Fuente: Tabla 22

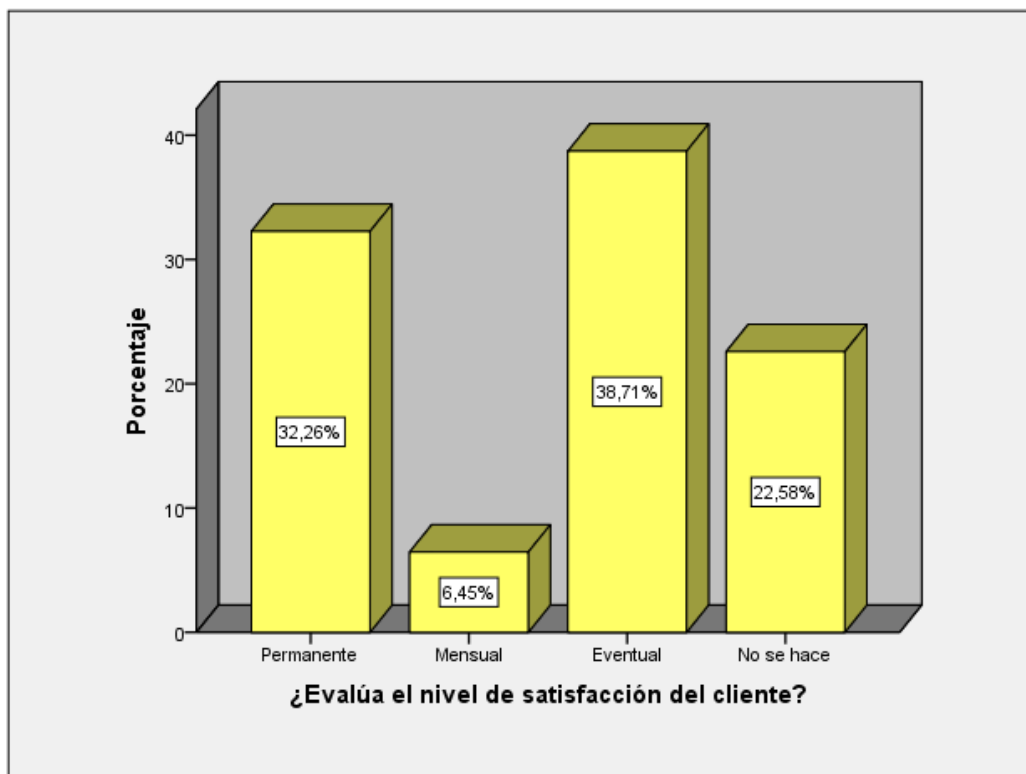
DESCRIPCIÓN: de acuerdo a los resultados obtenidos de los encuestados, en el 38.71% de las mypes si evalúan la actitud de su personal; un 61.29% no tiene como prioridad este aspecto.

Tabla 26: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Permanente | 10 | 32,3 | 32,3 | 32,3 |
| | Mensual | 2 | 6,5 | 6,5 | 38,7 |
| | Eventual | 12 | 38,7 | 38,7 | 77,4 |
| | No se hace | 7 | 22,6 | 22,6 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 24: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?



Fuente: Tabla 23

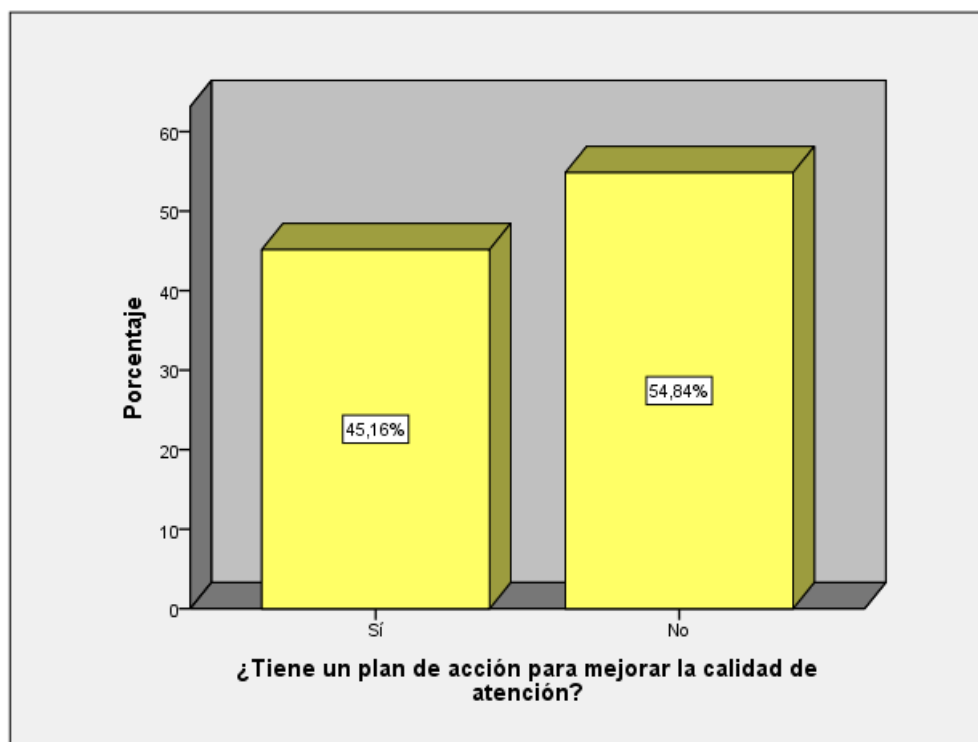
DESCRIPCIÓN: según la investigación, las mypes en estudio indican que el 38.71% evalúa “eventualmente” la satisfacción de sus clientes, el 32.26% realiza “permanentemente”, otros “no lo hacen” 22.58% y el 6.45% evalúa “mensualmente”.

Tabla 27: ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 14 | 45,2 | 45,2 | 45,2 |
| | No | 17 | 54,8 | 54,8 | 100,0 |
| | Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuesta a las mypes según muestra del rubro confecciones emporio comercial Gamarra

Figura 25: ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?



Fuente: Tabla 24

DESCRIPCIÓN: Según los datos obtenidos de la investigación, se menciona que el 45.16% si tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención; mientras que 54.84% no es su prioridad.

5.2 Análisis de resultados

Con los resultados que se han obtenido en la investigación realizada a las mypes seleccionadas de la muestra ubicadas en el emporio comercial Gamarra, se procederá a realizar una confrontación analítica con el objetivo general, objetivos específicos, hipótesis e investigaciones que se citaron en el capítulo de Revisión de literatura.

Respecto al **Objetivo general**

“Investigar la gestión bajo enfoque de atención al cliente que se realiza en las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018.”

Se relaciona con los resultados obtenidos de las siguientes preguntas formuladas en la encuesta:

¿La administración está enfocada en la gestión de calidad?; las microempresas según la investigación están enfocados en la gestión de la calidad en su gran mayoría (90.32%).

¿Se gestiona con el uso de herramientas administrativas?; según el estudio, el 70.97% de las microempresas si gestionan el uso de herramientas

El conocimiento gerencial, determina el éxito de las decisiones empresariales relacionadas al crecimiento de la empresa. En la tesis de **Béjar, G. (2018)**, de título “Factores determinantes de exportación para la sostenibilidad de las mypes textiles del emporio Gamarra-Distrito la victoria-Lima”, para optar el grado académico de Maestro en Administración de Empresas, Universidad Nacional Federico Villareal. Teniendo como objetivo, identificar los factores de exportación que posibilitan la sostenibilidad de las mypes textiles del emporio gamarra. Entre sus conclusiones, se

determinó “*que la competitividad que existe en Lima Metropolitana (Gamarra), en su mayoría tiene la sostenibilidad de las mypes exportadoras, por medio de esto han podido lograr varios factores determinantes de exportación, mucho influye el desarrollo gerencial de los administradores*”.

¿Su organización se guía por su misión y visión?; recurriendo a los datos indicados en la investigación, los propietarios del sector comercial, confecciones emporio gamarra se guían por su misión y visión 64.52%, y el 35.48% no.

¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?; el 80.65% de las microempresas en estudio, si estandarizaron sus procesos clave de su empresa.

¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?; basado en los datos reales de las microempresas en estudio, si tienen definido un plan de gestión 87.10%, mientras que el 12.90% no define aún su plan de gestión.

La importancia de un plan de gestión, se enfatiza en la investigación de los autores **Rey, G.; Suarez, A. (2010)**, en su tesis “Plan de negocios para una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de prendas para mujeres talla plus, de los estratos 3, 4,5 en la ciudad de Bogotá”, para optar el título profesional de Licenciado de Administración de Empresas, Universidad Javeriana; cuyo objetivo es desarrollar un plan de negocios para la creación puesta en marcha de una empresa que se dedicará al diseño, fabricación y comercialización de prendas. Concluye que el plan de negocios para una empresa no solo es una idea o plasmar algo en un papel, sino un documento desarrollado con lógica, coherente y coordinado. Asimismo, este plan se relaciona con la misión y visión de la empresa. El plan de negocios brinda grandes expectativas de éxito.

¿Las decisiones empresariales se toman como referencia?; *el 74.19% de los propietarios, toman las decisiones empresariales como referencia los hechos y datos, mientras que el 25.81% toman como referencia su experiencia de vida*

¿Ha realizado un estudio de mercado, respecto a expectativas y preferencias de los clientes?; *según el estudio de investigación, las mypes si realizaron un estudio de mercado respecto a expectativas y preferencias de los clientes 67.74%, pero un 32.26% no tienen interés por realizarlos.*

Las investigaciones de mercado permiten identificar oportunidades, que se pueden dar al interpretar los hábitos de los clientes, como niveles de ingreso, modas y preferencias. En la tesis de **Valencia, J. (2011)**, “Diseño de una estrategia de fidelización de clientes para confecciones Gama, empresa Pyme del sector de confecciones de uniformes empresariales”, realizada para optar el título profesional de Maestría en Administración, Universidad ICESI; cuyo objetivo fue diseñar una estrategia de fidelización de clientes para confecciones Gama, empresa del sector de confecciones de uniformes empresariales en el área metropolitana de Cali. En sus conclusiones, sugiere “*que las empresas que se dedican a las confecciones textiles deben prepararse para el futuro mediano y largo plazo. El diseño de estrategia que se realiza es exclusivamente para tener clientes fieles. Finalmente, las empresas de confecciones Gama tienen ciertas dificultades a la hora de brindar servicio a sus clientes, por eso se diseñarán otras estrategias para mejorar el servicio y poder corregir las fallas que existen en esta mype textil.*”

¿Ha seleccionado su segmento de mercado?; *el 90.32% de los propietarios del sector comercial, rubro confecciones emporio gamarra seleccionaron su segmento de mercado.*

Respecto a los **Objetivos específicos:**

“Determinar si existe el uso de buenas prácticas de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018.”

En los resultados que se apreciarán a continuación, las mypes en estudio no tienen un enfoque en el cliente, si no en la rentabilidad del negocio:

¿Capacita al personal que atiende al cliente?; *las mypes del sector en estudio, en su mayoría 54.84% si capacita al personal que atiende al cliente, y un 45.16% no realiza porque no es su prioridad.*

¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?; *la investigación hace referencia que establecieron un protocolo de atención al cliente 25.81%; no realizaron 74.19%.*

¿Registra las sugerencias y atiende reclamos del cliente?; *el 22.58% de estas mypes en estudio, si registran las sugerencias y atiende los reclamos de sus clientes. De otra forma el 77.42% no tienen interés.*

Respecto a los **Objetivo específico:**

“Reconocer si existe interés en el microempresario de las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018 por satisfacer las expectativas del cliente.”

En los resultados que se obtuvo en la mayoría de las mypes, sus propietarios o gerentes no evidencia en un interés por planificar acciones por mejorar la atención a los clientes.

¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?; de acuerdo a los resultados obtenidos de los encuestados, el 38.71% si evalúa la actitud de su personal, un 61.29% no tiene como prioridad en este aspecto.

¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?; en el análisis de investigación, las mypes en estudio indica que el 38.71% evalúa eventualmente la satisfacción de sus clientes, el 32.26% realiza permanentemente, otros no lo hacen 22.58% y el 6.45% evalúa mensualmente.

¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?; según los datos obtenidos de la investigación, el 45.16% si tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención; mientras que 54.84% no; representa una importante oportunidad de mejora.

Finalmente, respecto a la **Hipótesis general**

“Las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial Gamarra, distrito La Victoria, Lima, año 2018, con mejores perspectivas constantes de desarrollo son aquellas que se caracterizan por llevar una gestión donde se brinda atención al cliente en todo su contexto.”

El cumplimiento de la hipótesis es parcial, en virtud de que solo el 38% de las mypes tiene una gestión enfocada en la calidad y evidencia mejor perspectiva de desarrollo.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones de la investigación

Se determina que la aplicación del enfoque al cliente tiene mucha influencia en incrementar la participación de los clientes en las mypes del sector comercial, rubro confecciones emporio comercial Gamarra del distrito de La Victoria, que consecuentemente le brindan mayor éxito en la gestión como negocio; sin embargo solo el 38% de las mypes gerencia según este enfoque.

Respecto a la gestión, los microempresarios toman sus decisiones empresariales de manera técnica, es decir tomando como referencia hechos y datos. Se utiliza herramientas de gestión, han seleccionado su segmento de mercado y tienen estandarizados sus procesos, buscando eficiencias y calidad de producto.

Sin embargo, en aspecto de atención al cliente, no se tiene la practica general de evaluar la satisfacción del cliente; la infraestructura no permite la comodidad del cliente y no se tienen establecidos protocolos de atención al cliente.

Como conclusión final, las mypes de este sector deben entender que el cliente no solo desea calidad de producto, sino también calidad de atención y servicio. Representan importantes oportunidades de mejora para el futuro de este emporio comercial.

6.2 Recomendaciones

- Los propietarios de las mypes del rubro confecciones del emporio comercial Gamarra deben capacitarse en gestión empresarial para conducir mejor sus mypes, hasta alcanzar la calidad de servicio pleno.
- Se debe reforzar en el conocimiento de los clientes: tipos, aspiraciones, sensibilidad y realizar acciones de retroalimentación, respecto a satisfacción de atención recibida.
- Su sugiere que las mypes del rubro confecciones del emporio comercial Gamarra, implementen un manual de organización y funciones y un organigrama como parte de una gestión enfocada en la calidad.
- Asimismo, las mypes del rubro confecciones del emporio comercial Gamarra deben gestionar en base a buenas prácticas de atención al cliente como: la revisión de los productos antes de ser ofrecidos, establecer la misión y visión, capacitación al personal y establecer protocolos de atención al clientes; así como atender las sugerencias y los reclamos de los clientes; como parte de un proceso de mejora y enfoque en el cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Béjar Arbayza, G. (2018). *Factores determinantes de exportación para la sostenibilidad de las mypes textiles del emporio Gamarra-Distrito la victoria-Lima*. (Tesis de Maestro, Universidad Nacional Federico Villareal). Recuperado de http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2048/B%C3%89JAR_ARBAYZA_GABRIEL_GUILIANO_MAESTRIA_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bojórquez, M. A., López, A., Hernández, F., y Jiménez, L. (2013). Utilización del alfa de Cronbach para validar la confiabilidad de un instrumento de medición de satisfacción del estudiante. Recuperado de <http://www.laccei.org/LACCEI2013Cancun/RefereedPapers/RP065.pdf>
- Cottle, D. W. (1991). *El servicio centrado en el cliente*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Estrada, V., y Benítez, F. (2006). La gestión del conocimiento en la nueva universidad cubana. *Pedagogía universitaria*, 11(2), 1-9.
- Festinger, L. (1993). *Los métodos de la investigación en las ciencias sociales*. México D.F: Paidós Mexicana.
- Fitzsimmons & Fitzsimmons (2008). *Service Management*. (608 págs.), edición McGraw-Hill.
- Haeske U. (2016). *Comunicación con clientes. El camino correcto/ Udo Haeske: traducción Ute Reabe de Fonrodona. —Edición Javier R. Mahecha López. — Bogotá: Panamericana Editorial, 2016.*

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México DF: McGraw-Hill.
- Inga Aquino, E. (2016). *Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercio, rubro confección de ropa deportiva del distrito de Satipo de la Región Junín, periodo 2015*. (Tesis de Licenciada, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote). Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2151/GESTION_DE_CALIDAD_FORMALIZACION_INGA_AQUINO_EDITH.pdf?sequence=1
- Lara, J. R. (2002). La gestión de la calidad en los servicios. *Conciencia Tecnológica*, 19. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94401905>.
- Ley N° 28015 Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (Promulgada el 3 de Julio del 2003). (Citado 22 de noviembre del 2017). Disponible en: http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
- Ley N° 30056, ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Del 01- 07-2013. Disponible en: http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI_LEY_30056/
- Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de Mercados: un enfoque aplicado*. México: Pearson educación.
- Maldonado, G., Martínez, M. y García, D. (2012). The Relationship between Knowledge Management and Innovation Level in Mexican SMEs: empirical

evidence. Proceedings of the european conference on knowledge management, 1 (1): 659-677.

Miranda, F., Chamorro, A., y Rubio, S. (2007). *Introducción a la gestión de la calidad*. Madrid: Delta Publicaciones.

Ochoa, C. (2015). Muestreo no probabilístico, muestreo por conveniencia. Recuperado de <http://www.netquest.com/blog/es/muestreopor-conveniencia>.

Pérez, Y., y Coutín, A. (2005). La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial. *Acimed*, 13(6), 1-69.

Rey, G.; Suárez, A. (2010). *Plan de negocios para una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de prendas para mujeres talla plus, de los estratos 3, 4, 5 en la ciudad de Bogotá*. (Tesis Licenciado, Universidad Javeriana). Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9336/tesis422.pdf;sequence=1>

Tiza Mesías, L. (2017). *Exportación de prendas de vestir para damas a Bolivia para incrementar la rentabilidad de una empresa textil ubicada en Gamarra, 2016*. (Tesis de Licenciada, Universidad Wiener). Recuperado de http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/505/T061_45876458_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Trujillo Diaz, M. (2013). *Análisis, Diseño e Implementación de un Sistema de Planificación de Procesos Productivos para Pymes Textiles y Confecciones*. (Tesis de Ingeniero, Universidad Católica del Perú). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4719/TRUJI>

LLO_MARLON_SISTEMA_PLANIFICACION_PROCESOS_PRODUCTI
VOS_PYMES_CONFECCIONES.pdf?sequence=4

Valencia Garzón, J. (2011). *Diseño de una estrategia de fidelización de clientes para confecciones Gama, empresa Pyme del sector de confecciones de uniformes empresariales*. (Tesis de Maestría, Universidad ICESI). Recuperado de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/68054/1/dise%C3%B1o_estrategia_fidelizacion.pdf

Vigo, P. (2015). Análisis de la calidad en la distribución comercial minorista mediante el modelo SERVPERF: los casos de Mercadona y DIA (Tesis de licenciatura). Universidad de Coruña, La Coruña, España.

ANEXOS

1.- Cronograma

Tabla 28: Cronograma de Actividades

| CRONOGRAMA SEMANAS >>> | 2018-II | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|--------|
| | SETIEMBRE | | OCTUBRE | | | | NOVIEMBRE | | | | DICIEMBRE | | | | Ene-19 |
| | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 |
| Inicio de clases | | | | | | | | | | | | | | | |
| Determinación del sector y rubro a estudiar. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Título del proyecto de investigación. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración de Planteamiento de la investigación. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración del Marco Teórico y conceptual. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración de Metodología de la investigación. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Presentación de Proyectos de Investigación. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión de referencias bibliográficas, APA. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Presentación del informe final de investigación. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión turnitin. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración de artículo científico y diapositivas. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Prebanca | | | | | | | | | | | | | | | |
| Levantamiento observaciones Jurado | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sustentación del informe final. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Entrega de Empastado y Acta | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cierre de Taller | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: elaboración propia

2.- Presupuesto

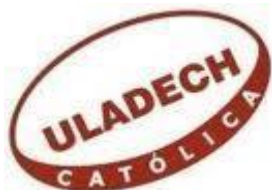
Para la realización del presente informe final, se necesitó de un presupuesto que asciende a S/. 6,976.00

Tabla 29: Presupuesto General

| ITEM | ACTIVIDADES | UNIDAD | P/UNIT | TOTAL |
|--|--|-----------|----------|-----------------|
| 01 | Curso de Titulación | 1 | 2,000.00 | 2,000.00 |
| 02 | Asesoramiento | 1 | 2,200.00 | 2,200.00 |
| sub total | | | | 4,200.00 |
| MATERIALES DE OFICINA | | | | |
| 01 | Lapiceros | 2 | 3.00 | 6.00 |
| 02 | Libreta de Notas | 1 | 8.00 | 8.00 |
| 03 | Folder Manila A4 | 10 | 0.50 | 5.00 |
| 04 | Sobre Manila | 15 | 0.50 | 7.50 |
| 05 | Faster | 1 caja | 5.50 | 5.50 |
| 06 | Papel Bond | 1 millar | 22.00 | 22.00 |
| sub total | | | | 54.00 |
| EQUIPAMIENTO | | | | |
| 07 | Computadora | 1 | 1,300.00 | 1,300.00 |
| 08 | USB 4 gigas | 1 | 20.00 | 20.00 |
| 09 | Impresora | 1 | 250.00 | 250.00 |
| 10 | Tintas para impresora | 2 | 35.00 | 70.00 |
| sub total | | | | 1,640.00 |
| SERVICIOS | | | | |
| 11 | Internet | 85 horas | 1.00 | 55.00 |
| 12 | Fotocopias | 220 hojas | 0.10 | 27.00 |
| 13 | Anillado | 6 | 15.00 | 90.00 |
| 14 | Empastado | 3 | 25.00 | 75.00 |
| sub total | | | | 247.00 |
| PASAJE AÉREO, ALOJAMIENTO, ALIMENTACIÓN | | | | |
| 15 | Pasajes aéreos ida y vuelta (Iquitos-Pucallpa) | 1 pasaje | 400.00 | 400.00 |
| 16 | Alojamiento | 3 días | 50.00 | 150.00 |
| 17 | Alimentación | 3 | 50.00 | 150.00 |
| 18 | Conjunto de vestir para sustentación de mi tesis | 1 | 135.00 | 135.00 |
| sub total | | | | 835.00 |
| TOTAL | | | | 6,976.00 |

Fuente: elaboración propia

3.- Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
ENCUESTA A MYPES

Instrucciones:

Estimado propietario o representante de la mype, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar la “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro Confecciones emporio comercial gamarra, distrito de la Victoria, Lima, año 2018”.

Encuestado:

(a):.....Fecha:...../...../20.....

A. RESPECTO AL MICROEMPRESARIO:

1. ¿Cuál es la edad del microempresario?

De 18 a 28 años () De 30 a 39 años () De 40 a 49 años ()

2. ¿Cuál es el sexo del microempresario?

a) Masculino.....b) Femenino.....

3. ¿Cuántos años tiene funcionando su empresa en Gamarra?

De 1 a 2 () De 3 a 6 () de 7 a más ()

4. ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

De 1 a 4 () De 5 a 8 () De 9 a más ()

5. ¿Su empresa tiene elaborado un organigrama?

a) Si () b) No ()

6. ¿Su empresa tiene manual de organización y funciones?

a) Si () b) No ()

B. RESPECTO A LA GESTIÓN DE CALIDAD:

7. ¿La administración está enfocada en la gestión de calidad?

a) Si () b) No ()

8. ¿Se gestiona con el uso de herramientas administrativas?

a) Si () b) No ()

9. ¿Su organización se guía por su misión y visión?

a) Si () b) No ()

10. ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?

a) Si () b) No ()

11. ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?

a) Si () b) No ()

12. ¿Las decisiones empresariales se toman como referencia:

a) Experiencia de vida ()

b) Hechos y datos ()

C. RESPECTO ATENCIÓN AL CLIENTE

13. ¿Ha realizado un estudio de mercado, respecto a expectativas y preferencias de los clientes?

a) Si () b) No ()

- 14. ¿Ha seleccionado su segmento de mercado?**
a) Si () b) No ()
- 15. ¿Cuenta con la infraestructura para brindar la atención que esperan los clientes?**
a) Si () b) No ()
- 16. ¿Capacita al personal que atiende al cliente?**
a) Si () b) No ()
- 17. ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?**
a) Si () b) No ()
- 18. ¿Sus servicios son previamente revisados antes de ser ofrecidos?**
a) Si () b) No ()
- 19. ¿Registra las sugerencias y atiende reclamos del cliente?**
a) Si () b) No ()
- 20. ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?**
a) Si () b) No ()
- 21. ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?**
a) Permanente ()
b) Mensual ()
c) Eventual ()
d) No se hace ()
- 22. ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?**
a) Si () b) No ()

Lima, octubre 2018

4.- Encuesta elaborada

FOTOGRAFÍA 1



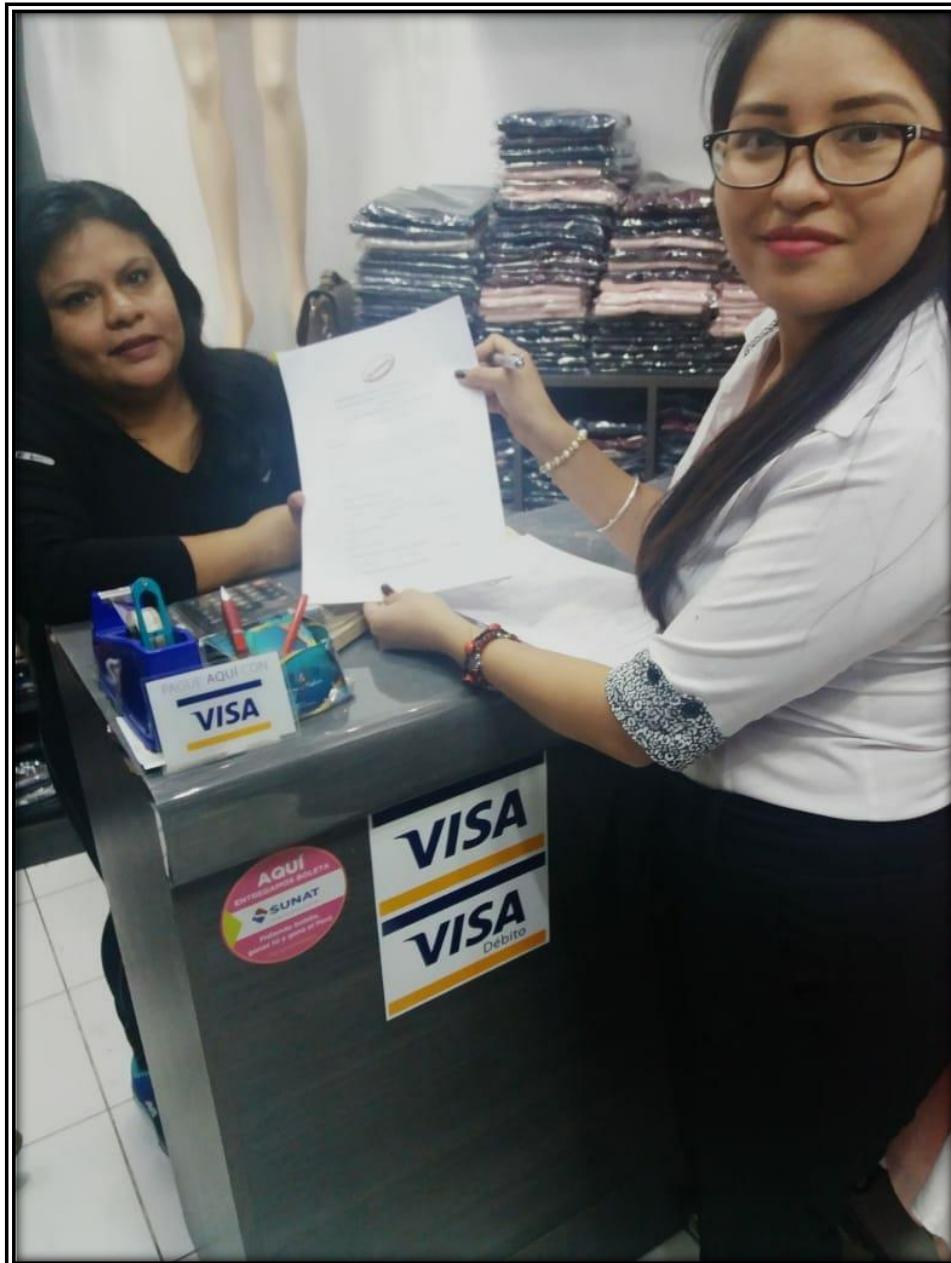
Encuesta realizada “Confecciones Martha”

FOTOGRAFÍA 2



Emprendedora “Confecciones Gaby”

FOTOGRAFÍA 3



Emprendedora "Sonia Confecciones"

FOTOGRAFÍA 4



Entrevista al propietario “Confecciones Tito”