

---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR  
COMERCIO - RUBRO VENTA DE CALZADOS, CENTRO  
COMERCIAL N° 02 DEL DISTRITO DE JULIACA AÑO  
2018**

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

**AUTOR**

**Bach. YENNY QUISPE ITO**

**ASESOR**

**MGTR. DIVAN YURI CARI CONDORI**

**JULIACA – PERU**

**2019**

## **JURADO EVALUADOR**

---

Dr. Juan Pilco Churata  
**Presidente**

---

Dr. Aurelio Francisco Alvarez Gallegos  
**Miembro**

---

Lic. Adm. Constantino A. Paricahua Condori  
**Miembro**

---

Mg. Divan Yuri Cari Condori  
**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer infinitamente a dios por la fe que le tengo para que todo se haga posible, a mis padres por el apoyo incondicional que me brindaron.

### **A mis padres:**

Roza y Primitivo por darme la vida, por su apoyo permanente y darme fuerzas para seguir encaminándome como profesional.

## **DEDICATORIA**

Adiós por haber guiado para seguir  
Con mi vida a pesar de las  
dificultades que se me presentaron  
para lograr terminar mis estudios.

A mi madre por ser mi soporte mi  
amiga con quien yo confié, a mis  
primas Yojhana y Milagros por ser mi  
mayor motivación para seguir  
creciendo profesionalmente.

## RESUMEN

El objetivo de la presente investigación ha sido describir, las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercio rubro venta de calzados Centro Comercial N° 02, del distrito de Juliaca, Año 2018. El estudio se ha desarrollado bajo la metodología siguiente tipo de investigación DESCRIPTIVO. Nivel de la investigación de las tesis. Corresponde el nivel CUANTITATIVO. Diseño de la investigación. Para el desarrollo del presente trabajo, el diseño de la investigación corresponde el NO EXPERIMENTAL - TRANSVERSAL. Se aplicó un cuestionario de 17 preguntas mediante la entrevista. La población está conformada por 11 Mypes el mismo que corresponden a la muestra. Obteniéndose como resultados. **Referente a la variable gestión de calidad** de las micro y pequeñas empresas. Destaca que está aplicando una gestión de calidad en su negocio, aplican la mejora continua. Un 82% utiliza la observación como técnica de evaluación. El 100% mencionan que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. **Referente a la variable atención** al cliente del micro y las pequeñas empresas.: conoce el término atención al cliente, considera que la atención al cliente es buena. Aplican la gestión de calidad en el servicio, considera qué ha logrado los resultados en el incremento de las ventas. Llego a la conclusión que conocen y aplican gestión de calidad enfocada expuesta en las tablas y gráficos

Palabras clave: Gestión de Calidad y atención al cliente

## **ABSTRACT**

The objective of this research has been to describe the main characteristics of quality management in customer service in the Mypes of the sector trade sale of shoes Mall No. 02, district of Juliaca, YEAR 2018. The study has been developed under the following methodology type of DESCRIPTIVE research. Level of thesis research. The QUANTITATIVE level corresponds. Design of the investigation. For the development of this work, the design of the research corresponds to the NON-EXPERIMENTAL - TRANSVERSAL. A questionnaire of 17 questions was applied through the interview. The population is made up of 11 Mypes, the same ones that correspond to the sample. Obtaining as results. referring to the variable quality management of micro and small enterprises. He emphasizes that he is applying quality management in his business, they apply continuous improvement. 82% use observation as an evaluation technique. 100% mention that quality management contributes to improving the performance of the business. Regarding the variable customer service of micro and small businesses. knows the term customer service, considers that customer service is good. apply quality management in the service, consider what has achieved the results in the increase in sales. I come to the conclusion that they know and apply quality management focused on customer service according to the results shown in the tables and graphs

Keywords: Quality Management and customer service

## CONTENIDO

Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Resumen .....	v
Abstract.....	vi
1. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1. Antecedentes.....	5
2.1.1. A nivel nacional .....	5
2.2. Marco teórico.....	7
2.2.1. Gestión de calidad.....	7
2.2.2. Atención al cliente.....	12
2.2.3. Mypes.....	16
2.3. Marco conceptual.....	18
2.3.1. Gestión de calidad.....	18
2.3.2. Calidad.....	18
2.3.3. Atención.....	18
2.3.4. Cliente.....	18
2.3.5. Consumidor.....	19
2.3.6. Empresa.....	19
III.HIPÓTESIS .....	20
IV.METODOLOGÍA.....	21
4.1. El tipo de investigación .....	21
4.1.1. Nivel de la investigación de las tesis.....	21
4.1.2. Diseño de la investigación.....	21

4.2. Población y muestra.....	22
4.2.1. Población.....	22
4.2.2. Muestra.....	22
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	23
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	24
4.5. Plan de análisis. ....	24
4.6. Matriz de consistencia. ....	25
4.7. Principios éticos.....	26
V. RESULTADOS .....	27
5.1. Resultados.....	27
5.2. Análisis de resultados .....	44
5.3. Referente a gestion de calidad .....	44
5.4. Referente a atencion al cliente.....	45
VI.CONCLUSIONES.....	47
recomendaciones.....	48
referencias bibliográficas .....	50
anexos .....	52

## INDICE DE TABLAS

TABLA N° 01 .....	27
TABLA N° 02 .....	28
TABLA N° 03 .....	29
TABLA N° 04 .....	30
TABLA N° 05 .....	311

### REFERENTE A LA VARIABLE GESTION DE CALIDAD

TABLA N° 06 .....	32
TABLA N° 07 .....	333
TABLA N° 08 .....	34
TABLA N° 09 .....	35
TABLA N° 10 .....	36

### REFERENTE A LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

TABLA N° 11 .....	37
TABLA N° 12 .....	38
TABLA N° 13 .....	39
TABLA N° 14 .....	400
TABLA N° 15 .....	41
TABLA N° 16 .....	422
TABLA N° 17 .....	433

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 01 .....	277
GRÁFICO N° 02 .....	28
GRÁFICO N° 03 .....	29
GRÁFICO N° 04 .....	30
GRÁFICO N° 05 .....	311

### **REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

GRÁFICO N° 06 .....	322
GRÁFICO N° 07 .....	333
GRÁFICO N° 08 .....	344
GRÁFICO N° 09 .....	35
GRÁFICO N° 10 .....	36

### **REFERENTE A LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE**

GRÁFICO N° 11 .....	37
GRÁFICO N° 12 .....	388
GRÁFICO N° 13 .....	39
GRÁFICO N° 14 .....	400
GRÁFICO N° 15 .....	411
GRÁFICO N° 16 .....	422
GRÁFICO N° 17 .....	433

## INTRODUCCIÓN

Con la presente investigación se conoció la importancia que tiene la gestión de la calidad en la atención a los cliente en la Mypes del centro comercial N° 2 del año 2018, son considerados como fundamentales para el desarrollo de nuestro país, ya sea en el ámbito nacional, regional y local, convirtiéndose en un importante centro de atención a la economía especialmente para el sector comercio, generando ingresos y empleo en las familias dedicadas a este rubro. Actualmente, las zapaterías, en su gran mayoría son Mypes y, en su gran mayoría son informales.

Sin embargo, puedo percibir que existen Mypes formales, puesto que las zapaterías en estudio son empresas que excelente arrojo por distinguir, opinar y efectuar el sueño del gastador. ¿Pero en el extenso término estarán en circunstancias trabajando para compensar adelantado los intereses de las personas, de la humanidad y de la propia compañía?

El distrito de Juliaca se caracteriza por la existencia de muchas Mypes, están distribuidos en diferentes rubros o sectores como son la industria, el comercio, servicio y muchas de ellas van con la informalidad; en nuestra ciudad en su gran mayoría de empresas no son informales debiéndose esto supuestamente a la falta de información. Juliaca por ser una zona netamente comercial abarca una infinidad de comerciantes que para poder sobresalir y apoyar a su familia se dedican al comercio en los diferentes rubros y, uno de ellos es la comercialización de zapatos para las distintas edades, as mismo los comerciantes están ubicados en las diferentes arterias de nuestra ciudad conduciendo su negocio de forma empírica, se ha considerado en para el presente estudio a las tiendas que expenden zapatos en el centro comercial N° 02 por que están vigentes en el mercado durante mucho tiempo y considero que ayudara al presente trabajo de investigación.

Las Mypes del sector comercio venta de calzados del distrito de Juliaca, se les caracteriza por tener una administración independiente; es decir está dirigido por un individuo cuya área de operación es comparativamente chica, su especialización e poca en el rubro venta de calzados, no utilizan métodos de gestión e calidad, sus recursos financieros son limitados, su acceso es precario a la tecnología y sus finanzas no separan de la familia con los negocios .

Las Mypes del sector comercio rubro de calzados ubicados en el centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca no asumen aspectos relacionados a la planificación, organización de instrumentos de gestión, forma de conducción o dirección y control de la calidad de gestión. Todos estos aspectos; entre otros van relacionados a la actitud no emprendedora de los líderes o gerentes de las Mypes de este sector, donde los empresarios que asumen el liderazgo de la calidad no conocen las necesidades de su público objetivo.

El presente trabajo de investigación corresponde a la determinación de la relación existente entre la gestión de calidad en atención al cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, año 2018. Por todo lo mencionado **surge la siguiente pregunta**

¿Cómo es la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados en el Centro Comercial N° 02, del distrito de Juliaca, año 2018? Se tiene los problemas específicos como a- ¿Cuáles son las características de los empresarios en la atención del cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018? b. ¿Cómo es la identificación de la implementación en la atención del cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018? c. ¿Cómo es el enfoque del

rendimiento en la atención al cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018? d. ¿Cómo es la mejora de la atención al cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018?

Para dar respuesta a la pregunta se tiene el **Objetivo General**. Describir las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercio rubro venta de calzados Centro Comercial N° 02, del distrito de Juliaca, año 2018. Así mismo los Objetivos Específicos. a- Identificar las características de los empresarios en la atención del cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018. b. Identificar la implementación en la atención del cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018. c. Conocer el enfoque del rendimiento en la atención al cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018. d. Conocer la mejora de la atención al cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018

Por lo tanto, el presente trabajo de investigación se justifica porque tiene por finalidad demostrar la importancia que tiene el estudio de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, año 2018. El tema en estudio resulta siendo factor importante en la vida de las Mypes en el distrito de Juliaca.

El distrito de Juliaca por su coyuntura abarca una cantidad considerable de persona que se dedican al comercio en distintos rubros por diversos motivos y uno de los principales es el emprender por la situación actual de nuestro país en que no todos tiene la oportunidad de poder trabajar en algún sector; las personas para apoyar a su familia se dedican al comercio en distintos rubros y, uno de ellos es la comercialización de zapatos para las distintas edades y géneros, las personas dedicadas al comercio están ubicados en las diferentes zonas de nuestra ciudad y muchos de ellos lo desarrollan de forma empírica, por lo tanto considero relevante el tema para el presente estudio a las tiendas que expenden zapatos en el centro comercial N° 02 por que están vigentes en el mercado durante mucho tiempo y considero que ayudara al presente trabajo de investigación.

La realidad actual de las Mypes debe ser conocida y modificada para lograr el desarrollo de las mismas, en las que un verdadero ejercicio de liderazgo por parte de los gerentes mejoraría la gestión de la calidad y conduciría a las Mypes del rubro comercio en venta de zapatos de la ciudad hacia un ejemplar desarrollo al que están llamadas. En la actualidad hay necesidad de participaciones activas de los líderes en la gestión administrativa de las Mypes del sector Comercio Venta de Calzados del distrito de Juliaca, para enfrentar los requerimientos de desarrollo y de perfección en la elaboración de aspectos de planeación, organización, conducción o dirección y control de la gestión de calidad.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. A nivel nacional

**Fátima (2017)** en su tesis titulado “La investigación tuvo como objetivo Determinar las principales características del financiamiento del micro y pequeñas empresas del sector comercio en el Perú y de la Zapatería Alessandro, Piura, 2015” su trabajo ha desarrollado usando la metodología del tipo descriptivo, en el nivel cuantitativo y diseño no experimental, descriptivo, Aplico la técnica de la encuesta mediante la - entrevista para recolectar información uso fichas bibliográficas y el cuestionario antes estructurado con preguntas relacionadas a la investigación, lo cual se aplicó al gerente o representante legal de la entidad, obteniendo como resultados los siguientes. Respecto a la verificación de bibliografía: Las MYPE, han ganado fortalezas en el mercado, pero este esfuerzo ha estado lejos de ser complementados, por organizaciones, como los intermediarios financieros, especialmente los bancos quienes lo han considerado como marginales en su cartera de colocaciones, basando este hecho en el argumento riesgoso. Respecto a la aplicación del caso: Zapatería Alessandro, Piura 2015 adquiere su financiamiento a través de las cajas municipales ya que esta es más flexible al momento de adquirir un crédito. Finalmente se concluye que: las MYPE conforman uno de los pilares básicos de la economía nacional pero aún no han logrado alcanzar su máxima potencialidad debido a la falta del apoyo financiero.

**Leny (2017)** en su trabajo de investigación Titulado: “Caracterización de formalización y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro zapaterías en la ciudad de Tarapoto-provincia de san Martín, período 2017” en su investigación el general fue: “Determinar la relación entre la formalización y la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas-MYPE del sector comercio-rubro de zapaterías del distrito de Tarapoto de la Provincia de San Martín, Año 2017. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, diseño de una investigación no experimental, muestreo no probabilístico por conveniencia. Mediante un cuestionario con una población de 35 MYPE se analizó a una muestra de 12 empresarios. Se obtuvo los siguientes resultados: el 100.0% de las MYPE del sector comercio-rubro zapaterías son formales, 83.3% ha recibido asesoría en gestión empresarial, la formalización sería mayor si el estado concediera beneficios para hacerlo, por tanto, el 83.3% manifiesta que ésta ayuda a la expansión de las ventas aun cuando aumente los costos laborales.”

**Baca, Luis (2017)** En sus tesis: Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial rubro venta de calzado deportivo, distrito de Iquitos, año 2017. Llega a las siguientes conclusiones. El microempresario, se caracteriza ser joven, en su mayoría de sexo masculino, sin instrucción académica, deseoso de recuperar su inversión en corto plazo. Las Mypes del rubro comercial de venta de calzado deportivo, son Mypes enfocadas en la actividad comercial de alta rotación. Tienen como consigna, la venta inmediata en la primera relación comercial con el cliente; por ello la capacitación a su personal es precisa a este fin; cerrando la venta procurando no se produzcan contingencias. No existe servicio de post venta. No se administran

con prácticas de gestión de calidad. La administración está enfocada en efectivizar la venta (urgente), para lo cual ha implementado la infraestructura acorde al estilo deportivo. No es una fortaleza en la mayoría de Mypes. - No han identificado la estrategia del servicio, como factor diferenciador, que lo distinga de la competencia.

## **2.2. Marco Teórico**

### **2.2.1. Gestión de calidad.**

Es un conjunto de aplicaciones de técnicas modernas que permite gestionar con calidad para obtener buen resultado y que permita la mejora continua de los procesos internos dentro de las Micro y Pequeñas Empresas (Vásquez, J., 2013).

#### **2.2.1.1. Principios de gestión de la calidad.**

La Norma ISO 9000 ha identificado ocho principios de gestión de la calidad que pueden ser utilizados por la alta dirección con el fin de conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño. Se identifican ocho (8) importantes principios que permiten conducir al objetivo de la mejora continua (ICONTEC, 2014).

**Enfoque al cliente:** Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.

**Liderazgo:** Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente

interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

- **Participación del personal:** El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización, y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización .

- **Enfoque basado en procesos:** Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso

- **Enfoque de sistema para la gestión:** Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos .

- **Mejora continua:** La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta .

- **Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:** Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información .

- **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor .

#### **2.2.1.2. Precursores de la calidad.**

Para un mejor entendimiento la calidad es significativo estar al tanto a los grandiosos maestros autores de las diferentes ideologías, también llamados

gurús de la calidad que se proporcionaron los conocimientos después de la segunda guerra mundial.

**W. Edwards Deming:** Define que la calidad es “traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente”.

Sus principales aportaciones fueron los 14 puntos de Deming.

- Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio, con el objetivo de llegar a ser competitivos, de permanecer en el negocio y de proporcionar puestos de trabajo.
- Adoptar la nueva filosofía.
- Dejar de depender de la inspección para lograr la calidad.
- Terminar con práctica de hacer negocios sobre la base del precio.
- Mejorar constantemente y siempre el sistema de producción y servicio, para mejorar la calidad y la productividad, y así reducir los costos continuamente.
- Métodos modernos de capacitación .
- Implantar métodos de liderazgo.
- Eliminar el miedo, de manera que cada uno pueda trabajar con eficacia para la compañía .
- Romper las barreras entre los departamentos.
- Eliminar los slogans, exhortaciones y metas para pedir a la mano de obra cero defectos y nuevos niveles de productividad.

- Eliminar las barreras que privan al trabajador de su derecho a estar orgulloso de su trabajo y eliminar las barreras que privan al personal de dirección y de ingeniería de su derecho a estar orgullosos de su trabajo
- Implantar un programa riguroso de educación y auto mejora.
- Poner a todo el personal de la compañía a trabajar para conseguir la transformación.

**Joseph M. Jurán:** el termino calidad tiene múltiples significados, dos de ellos son los más representativos.

La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto”.

Calidad consiste en libertad después de las deficiencias .

El aporte relevante y más conocido es la “**Trilogía de Jurán**, “que son los tres procesos inevitables para la dirección de la calidad: Planificación de la calidad, control de calidad y mejora de la calidad”.

**Kaoru Ishikawa:** “De manera somera calidad significa calidad del producto. Más específico, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc.”.

Ishikawa alcanzó precisar una ideología técnica que es parte de la calidad, llamándola **Las siete herramientas básicas de la calidad** es una denominación dada a un conjunto de técnicas graficas identificadas como las más útiles en la solución de problemas relacionados con la calidad, se conocen como **herramientas básicas** ya que son adecuados para personas con poca

formación en materia de estadísticas, estas herramientas fueron recopiladas y divulgadas por Kaoru Ishikawa.

- Diagrama de Ishikawa (también llamado espina de pescado).
- Diagrama de flujo.
- Hora de verificación o chequeo.
- Diagrama de Pareto.
- Histogramas.
- Gráfico de control.
- Diagramas de dispersión.

**Philip B. Crosby:** (Carro, R., & González, D., 2012). “Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad”.

Según Crosby, el procedimiento del mejoramiento de la calidad debe iniciar desde la alta dirección y de un pensamiento en que las personas de la organización comprendan sus intenciones.

**Crosby se basa en cuatro principios:**

- “Calidad se define como cumplir con los requisitos”.
- “El sistema de calidad es la prevención”.
- “El estándar de realización es cero defectos”.
- “La medida de la calidad es el precio del cumplimiento”.

### **2.2.2. Atención al cliente.**

Para (Vaquero, 2013), la atención al cliente es uno de los rasgos fundamentales para el éxito de una empresa. La atención al cliente abarca desde la recepción hasta la marcha, no debiendo descuidarla en ningún momento. Un simple fallo, puede provocar que el cliente se vaya insatisfecho y no retorne más. Para prestar una atención al cliente adecuado, el personal debe tener una serie de actitudes, aptitudes conocimientos y destrezas que le lleven a prestar un servicio de calidad y una buena al cliente.

Según (Carrasco, 2013), la atención al cliente es una función de la empresa que consiste en trasladar la totalidad de sus productos y servicios, de manera que el cliente resulte totalmente satisfecho con la prestación del servicio recibido; El servicio al cliente es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo.

Como se observa, la calidad en el servicio juega un papel muy importante dentro de la empresa, porque no solo se juega la venta hecha, sino que la imagen y la confianza que deposita ese cliente en el servicio; por consiguiente, un cliente insatisfecho representa una pérdida para la empresa tanto en utilidad como en imagen, y si pasa lo contrario, se obtiene un cliente satisfecho y leal al servicio,

#### **2.2.2.1. Beneficios para lograr satisfacción en el cliente**

(Horovitz y Panak, 2013), mencionan que si bien, existen varios apoyos que una compañía u estructura puede conseguir al alcanzar la complacencia de

sus clientes, éstos alcanzan ser comprendidos en tres grandiosos beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

- La lealtad del cliente (se traducen en futuras ventas)
- Difusión gratuita (que se traduce en nuevos clientes).
- Una determinada participación en el mercado.

**2.2.2.2. Elementos de la atención al cliente. Según (Tarodo, 2014), los elementos de la atención al cliente son:**

- Entorno
- Organización
- Empleados

**2.2.2.3. Relación de calidad, atención y satisfacción**

El servicio, la calidad y la atención al cliente que una empresa ofrece trabajan juntos en un ciclo continuo, ya que cada uno refuerza al otro, de este modo, al mejorar alguna de estas facetas se logra que los demás sigan su ejemplo.

La calidad del favor es un mecanismo más que repercute en la complacencia del cliente, la calidad en el servicio facilitado se enfoca prácticamente en las dimensiones del favor, la satisfacción en cambio es una noción más extensa que no solo se ve afectado por las recompensas, sino además por factores personales y situacionales que escapan del control del prestador de favor.

#### **2.2.2.4. Importancia de la Calidad en el servicio.**

La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos, mencionados por (López P.18, 2013). La competencia es cada vez mayor, por ende, los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado. Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido. Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores . Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos. Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores. Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que, si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

“La importancia de cubrir con la mayoría de las características mencionadas anteriormente, radica en que la calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra por dos razones: La competencia es cada vez mayor y atrae al cliente mediante una diversidad de servicios que añaden valor al producto que se ofrece”. (Banco mundial, 2013).

#### **2.2.2.5. Principios de la atención al cliente**

Según Soto (2013) define que la atención al cliente es básica, por eso recomienda 05 principios básicos de la atención al cliente:

El cliente es lo más importante: el cliente es quien compra y quien da beneficios a la empresa, por lo que hay que tener en cuenta sus voluntades y deseos. El cliente siempre tiene la razón: es una frase que lleva mucho tiempo utilizándose y que prima en muchas empresas, pero ¿qué pasa si no la tiene? Hay que dar la razón al cliente sin quitársela a la empresa, de manera que se debe conseguir una solución que beneficie a ambas partes. Si el cliente quiere algo hay que buscar la manera de ofrecérselo, si hay reclamaciones de los clientes hay que ofrecer las mejores soluciones.

Marcar la diferencia: no basta con ofrecer una buena atención al cliente sino con ser diferente, ofrecer algo más de lo que busca el cliente, saber lo que quiere y ofrecérselo de una manera que ninguna otra empresa hará.

satisfacción del cliente por encima de todo: la satisfacción del cliente es un arma de doble filo, ya que un cliente satisfecho puede traer más clientes a la empresa mientras que un cliente insatisfecho pueden ser muchos clientes perdidos. 20 Si se favorece la satisfacción del cliente, en ocasiones perdiendo o no perdiendo se pueden conseguir nuevos clientes que hagan ganar a la empresa. Ofrecer una buena calidad de atención al cliente: se debe seguir los principios básicos de la atención al cliente, de manera que un cliente debe sentir que tiene una buena atención. Se debe saludar cordialmente, buscar conocer las necesidades del cliente, ayudarle siempre que lo necesite, no atosigarle, ofrecerle recomendaciones si las pide, hacer sentir bien al cliente y hacer sentir que la está atendiendo de la mejor manera

El autor menciona los principios que se debe tener en cuenta para atender a los clientes. En el estudio el 83.33% de las Mypes brinda una buena

atención; sin embargo, el 41.67% considera que se puede dar una mala atención debido a una mala organización por parte de los trabajadores. Por ello y teniendo en cuenta que para que todo negocio crezca con el paso del tiempo esta debe preocuparse por mantener satisfecho a sus clientes y hacerlos sentir en confianza, aplicando sus propios principios, puesto que esto será de gran beneficio para sus negocios.

#### **2.2.2.6. Mejora continua**

Según (kaizen, 2014), propone el método Kaizen es la eliminación de todos aquellos grandes desperdicios que origina un sistema productivo y que ponemos enumerar en siete categorías diferenciadas: defectos, exceso de producción, transporte, esperas, inventarios, movimiento y procesos innecesarios. Así pues, nos abocamos hacia un modelo basado en la perfección total y en una mejora continua de procesos. Nuestro sistema debe ser mejorado de manera constante, entendiendo el concepto del Kaizen como un medio o camino a seguir, nunca como un objetivo final.

### **2.2.3. MYPES**

#### **2.2.3.1. La MYPES**

(Castillo, 2016), “Ley N° 30056 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”.

### **2.2.3.2. Características de la MYPES**

Ley N° 30056 (2013), “las micro pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales establecidas en función de sus niveles de ventas anuales”.

- Microempresa: sus ventas anuales deben ser hasta un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: sus ventas anuales deben superar las 150 UIT hasta un monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana empresa: su venta anual debe ser superior a 1700 UIT hasta un máximo 2300 UIT.

### **2.2.3.3. Importancia de las micro y pequeñas empresas**

Según (Sánchez, (2014). Señala que, las micro y pequeñas empresas en el Perú son de vital importancia para el desarrollo del país. En tal sentido las Mypes cumplen un rol importante para la generación de empleo aunque no están muy bien estructuradas debido a los diferentes regímenes tributarios y a la escasa ayuda que reciben por parte del estado. Según el ministerio de trabajo informa que las Mypes son generadoras del 80% del trabajo en el Perú y son generadoras del 45% del producto bruto interno.

## **2.3. Marco Conceptual**

### **2.3.1. Gestión de calidad.**

(Betty Rúgeles, 2013). Gestión de calidad es una filosofía adoptada por organizaciones que confían en el cambio orientado hacia el cliente y que persiguen mejoras continuas en sus procesos diarios, así lo da a conocer.

### **2.3.2. Calidad.**

(Lima D, & Colmerarez L., 2014). La calidad puede definirse como el conjunto de características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes. Sin embargo, muchos autores definen la calidad desde diferentes perspectivas.

### **2.3.3. Atención.**

(Peralta M., 2014). La atención “son los actos que hacen más agradable la experiencia de disfrutar de un producto o servicio como: amabilidad, buen trato, preocupación por el bienestar de cada uno de los clientes, entre otros. Estos aspectos pueden agregar o restar valor al servicio o al producto”.

### **2.3.4. Cliente.**

El cliente es una persona natural o jurídica que compra un bien o servicio para ser transformado, consumido o usado para satisfacer una necesidad, los clientes son los que dictan las condiciones de fabricación de los productos de acuerdo a sus requerimientos o necesidades propias.

### **2.3.5. Consumidor.**

(Gregory M. 2015). Un consumidor es una persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades.

### **2.3.6. Empresa.**

(Vásquez J., 2014). Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos trabajo, tierra y capital.

### **III.Hipótesis**

En la investigación gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas del sector comercio venta de calzados ubicados en el Centro Comercial N° 2 del distrito de Juliaca, AÑO 2018. No se planteó hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptiva.

## **IV.METODOLOGÍA.**

### **4.1. El tipo de investigación**

El tipo de investigación que he utilizado fue el descriptivo, porque permitió describir, registrar, analizar, interpretar y medir las variables del estudio y sus componentes: Gestión de calidad y Atención al cliente.

#### **4.1.1. Nivel de la investigación de las tesis.**

Corresponde el nivel cuantitativo, porque he recolectado datos, luego han sido procesados, los mismos me ha permitido hacer un análisis de manera numérica, especialmente en el campo de la estadística, puesto que he utilizado técnicas de conteo y medición (Hernández, Sampier., 2016.)

#### **4.1.2. Diseño de la investigación.**

Para el desarrollo del presente trabajo, el diseño de la investigación corresponde el no experimental - transversal.

No Experimental, porque no se ha manipulado deliberadamente las variables: La gestión de calidad y la atención al cliente; aclarando que, sólo se ha observado cómo se muestra dentro de su contexto.

**Transversal**, debido a que la recolección de datos se ha hecho en un periodo determinado; es decir en un sólo momento y tiempo único; siendo el propósito describir las variables en un momento dado.

## 4.2. Población y muestra

### 4.2.1. Población

Está conformado por 11 Mypes dedicados a la venta de calzados en el centro comercial N° 2 debidamente empadronados. Siendo los siguientes

N°	NOMBRE COMERCIAL	RAZON SOCIAL	N° DE RUC
01	Calzados Alex	Cutipa Cheje Juan Santiago	10405053786
02	Calzados Líder	Pineda Hinojosa Teofilo	10012138020
03	Calzados Rous	Chavarry Cuneo Federico Francisco Jose	10409243695
04	Calzaturia Maribel	Maribel Canaza Apaza	10013228766
05	Colba Comercial Baraturia	Flores Ari Dulia Rosa	10012923827
06	Calzados lobo black	Anahua Vilca Maria	10806709854
07	Calzados Rous	Chura Apaza Maritza Maregy	10446894647
08	Calzados Rosa	Calzados Rosa	10408127616
09	Calzados Mery	Calzados Mery	10013437772
10	Cazados Norma	Cazados Norma	10404765243
11	Calzados Shiara	Calzados shiara	10013355962

### 4.2.2. Muestra

Debido a que la población es una cantidad no muy considerable se ha visto por conveniente que la muestra sea la misma cantidad de la población. (Montero, 2011) refiere que, ante el escaso número de sujetos, no será necesario extraer una muestra, se trabajará con el 100 % de la población.

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	CRITERIOS DE VALORACIÓN
<b>1. Variable (1)</b>  <b>Gestión de la Calidad</b>	1.1. Representantes de las empresas	- Edad - Género - Instrucción - Desempeño - Tiempo	Ordinal
	1.2. Implementación de la gestión de calidad	- Calidad - Técnicas modernas - Dificultades	Nominal
	1.3. Rendimiento de la gestión de la calidad	- Medición	Nominal
	1.4. Mejora de la gestión de calidad	- Contribuye	Nominal
<b>2. Variable (2)</b>  <b>Atención del cliente</b>	2.1. Opinión de cliente	- Atención - Brinda - Servicio - Resultados	Nominal
	2.2. Satisfacción	- Establecimiento	Nominal
	2.3. Solución de reclamos	- Reclamos - Posicionamiento	Nominal

#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### **Técnicas de Recolección de Datos**

Para el desarrollo de la presente investigación se ha utilizado la técnica de la **ENTREVISTA**, técnica utilizada para recoger información respecto a las opiniones de las unidades de análisis involucradas en la investigación.

##### **Instrumentos de Recolección de Datos**

El instrumento para el recojo de la información que se utilizó fue el **CUESTIONARIO** de preguntas.

#### **4.5. Plan de análisis.**

Para realizar el análisis de los datos recolectados en la investigación se ha hecho uso del análisis descriptivo; es decir, los datos obtenidos mediante la aplicación de la técnica (encuesta) e instrumento (cuestionario) antes indicados, recurriendo para la elaboración de tablas y figuras utilizaré procesadores de texto y de datos como (Word, Excel, SPSS), que ayudaran a encontrar los resultados para la investigación, hare uso de la estadística descriptiva para obtener los datos de frecuencia y porcentajes. Con esto se realiza los cruces respectivos para elaborar indicadores estadísticos que se presentan como información, en forma de tablas y figuras, y que permiten formular apreciaciones sobre los objetivos planteados en la investigación.

#### 4.6. Matriz de consistencia.

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE Y DIMENSIONES	METODOLOGIA DE INVESTIGACION
<p><b>Problema general</b> ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, Centro Comercial N° 02, del distrito de Juliaca, año 2018?</p> <p><b>Problema específicos</b> a- ¿Cómo son las características de los empresarios en la atención del cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018? b. ¿Cómo es la identificación de la implementación en la atención del cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018? c. ¿Cómo es el enfoque del rendimiento en la atención al cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018? d. ¿Cómo es la mejora de la atención al cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018?</p>	<p><b>Objetivo General:</b> Describir, las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados Centro Comercial N° 02, del distrito de Juliaca, año 2018</p> <p><b>Objetivos Específicos</b> a- Identificar las características de los empresarios en la atención del cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018. b. Identificar la implementación en la atención del cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018. c. Conocer el enfoque del rendimiento en la atención al cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018. d. Conocer la mejora de la atención al cliente en las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzados, centro comercial N° 02 del distrito de Juliaca, Año 2018</p>	<p><b>VARIABLE (1)</b> Gestión de la Calidad</p> <p><b>DIMENSIONES</b> - Características de los empresarios - Implementación de la gestión de calidad - Rendimiento de la gestión de la calidad - Mejora de la gestión de calidad</p> <p><b>VARIABLE (2)</b> Atención al cliente</p> <p><b>DIMENSIONES</b> - Opinión de cliente - Satisfacción - Solución de reclamos</p>	<p><b>Técnica</b> Entrevista</p> <p><b>Instrumento</b> Cuestionario</p> <p><b>Tipo</b> Descriptivo</p> <p><b>Nivel</b> Cuantitativo</p> <p><b>Diseño</b> no experimental - transversal</p> <p><b>Población</b> Conformado por 11 Mypes de venta de calzados en el centro comercial N° 02 debidamente empadronados</p> <p><b>Muestra</b> 100% de la población representado por los dueños de las empresas que son 11</p>

#### **4.7. Principios éticos**

En el presente trabajo de investigación se realizará, aplicando los principios éticos, puesto que la información que se presentara será verídica, no tiene fines lucrativos, ya que es de uso exclusivo para fines académicos, esta investigación respetara todas las normas establecidas por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, citando y referenciando las fuentes consultadas los datos presentados en los resultados son reales no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

Es necesario e importante encontrar criterios de carácter general a los que sepamos invocar no sólo en las situaciones de conflicto sino, que ofrezcan una alineación al proyecto completo de nosotros. Los principios pueden parecer casi evidentes; pero son de asombrosa importancia por sus consecuencias prácticas y por sus soluciones.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

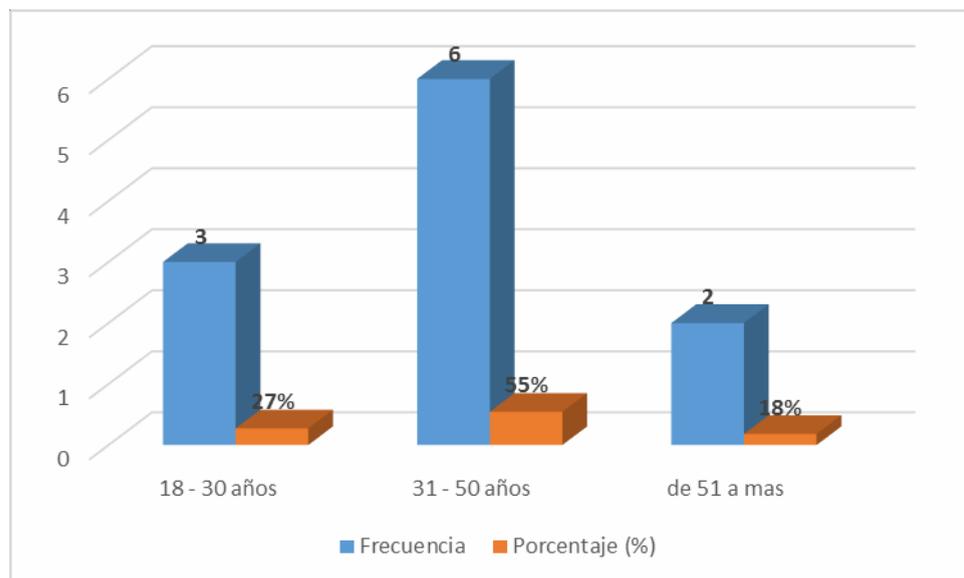
TABLA N° 01

Edad del gerente o representante			
Item	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
18 - 30 años	3	27%	27%
31 - 50 años	6	55%	82%
de 51 a mas	2	18%	100%
<b>TOTAL</b>	11	100%	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

GRÁFICO N° 01

Edad del gerente o representante



*Fuente: tabla N° 01*

**INTERPRETACIÓN:** Según la información obtenida, los propietarios de estos negocios están en el rango de 31 a 50 años de edad (55%). En su mayoría la actividad empresarial constituye su principal ingreso familiar.

**TABLA N° 02**

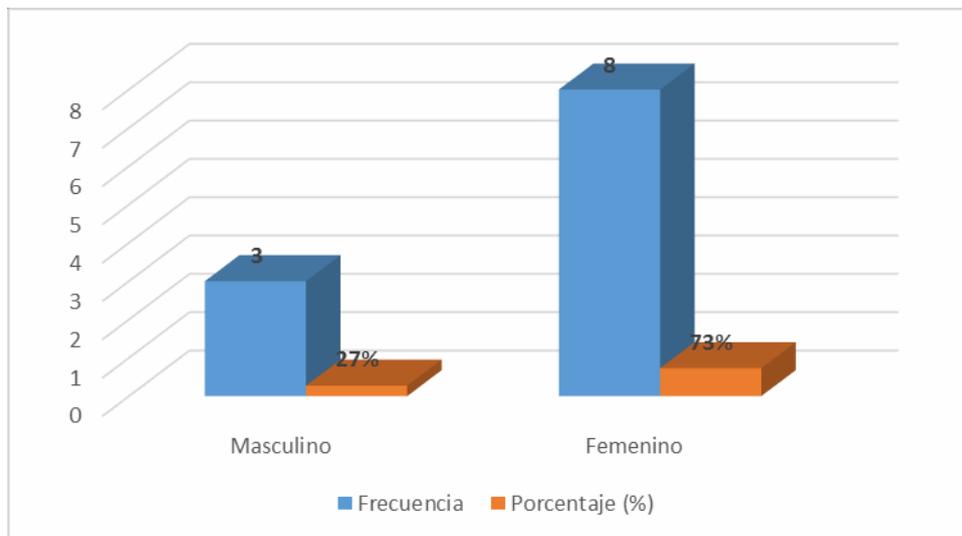
**Género.**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
Masculino	3	27%	27%
Femenino	8	73%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 02**

**Género.**



*Fuente: tabla N° 02*

**INTERPRETACIÓN:** Los resultados de investigación demuestran que el 73% de los propietarios encuestados son de sexo femenino, un 27% son propietarios de sexo masculino.

**TABLA N° 03**

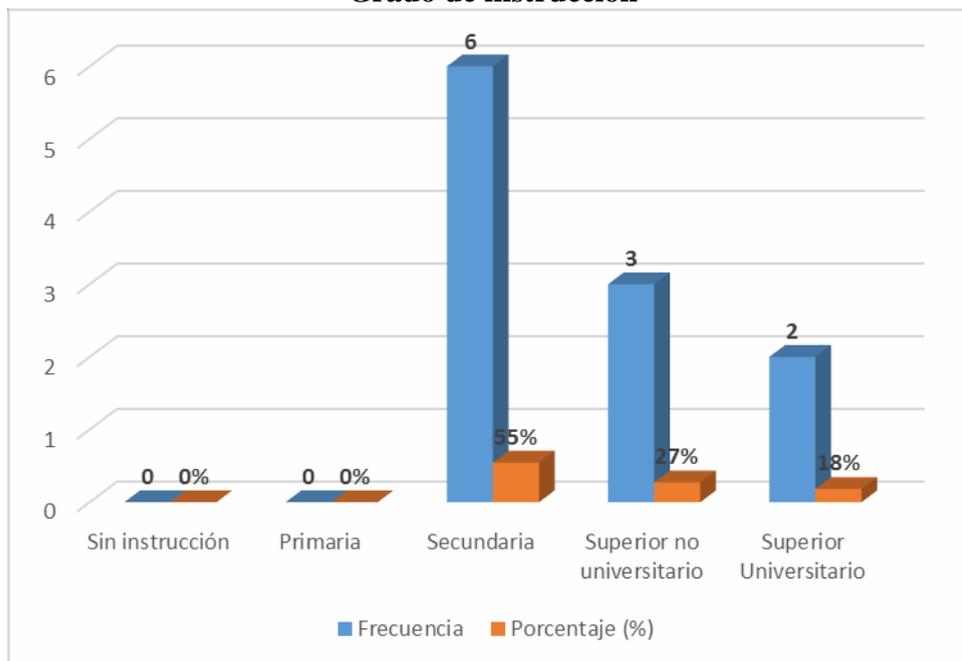
**Grado de instrucción**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
Sin instrucción	0	0%	0%
Primaria	0	0%	0%
Secundaria	6	55%	55%
Superior no universitario	3	27%	82%
Superior Universitario	2	18%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 03**

**Grado de instrucción**



*Fuente: tabla N° 03*

**INTERPRETACIÓN:** Los resultados nos muestran que el 55 de los propietarios de las Mypes en estudio tienen estudios secundarios; los técnicos representan el 27% y con grado universitario 18%.

**TABLA N° 04**

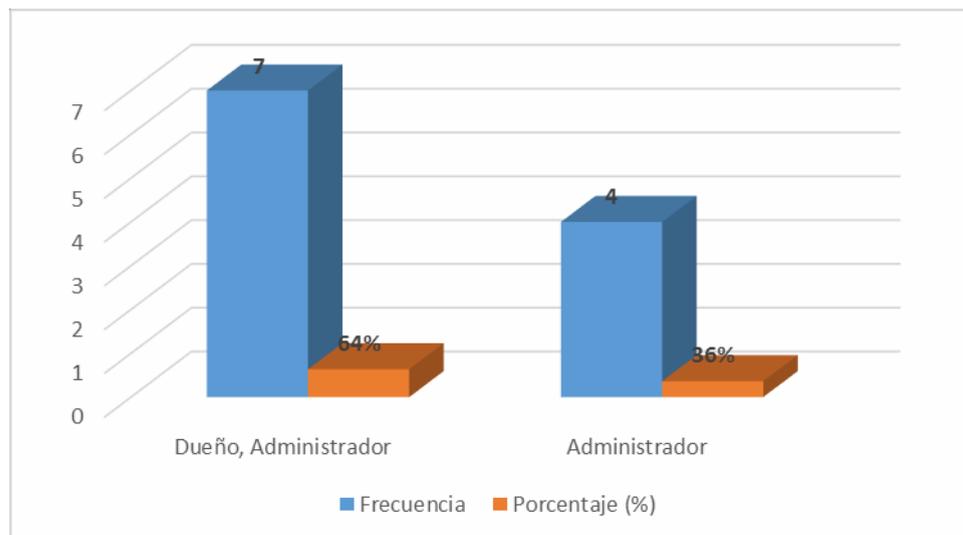
**Cargo que desempeña**

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Dueño, Administrador	7	64%	64%
Administrador	4	36%	100%
<b>TOTAL</b>	11	100%	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 04**

**Cargo que desempeña**



*Fuente: tabla N° 04*

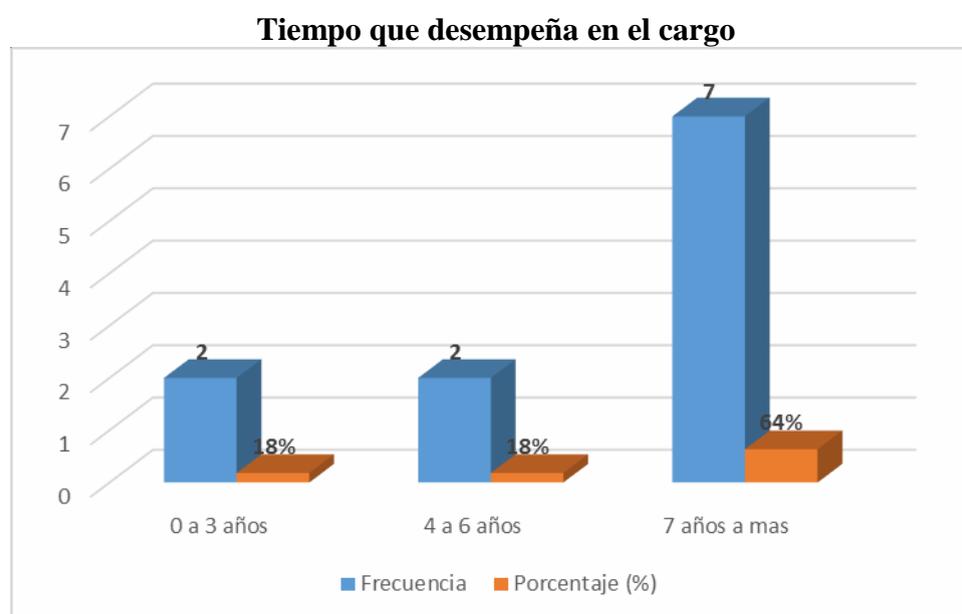
**INTERPRETACIÓN:** Los resultados nos muestran que el 64% es dueño a la vez administrador y el 36% Son empleados que cumplen la función de administrador.

**TABLA N° 05**

<b>Tiempo que desempeña en el cargo</b>			
<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
0 a 3 años	2	18%	18%
4 a 6 años	2	18%	36%
7 años a mas	7	64%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 05**



*Fuente: tabla N° 05*

**INTERPRETACIÓN:** Del total del análisis de la investigación un 64% desempeña el negocio por más de 7 años mientras que un 18% desempeñan los cargos de 0 a 6 años

**TABLA N° 06**

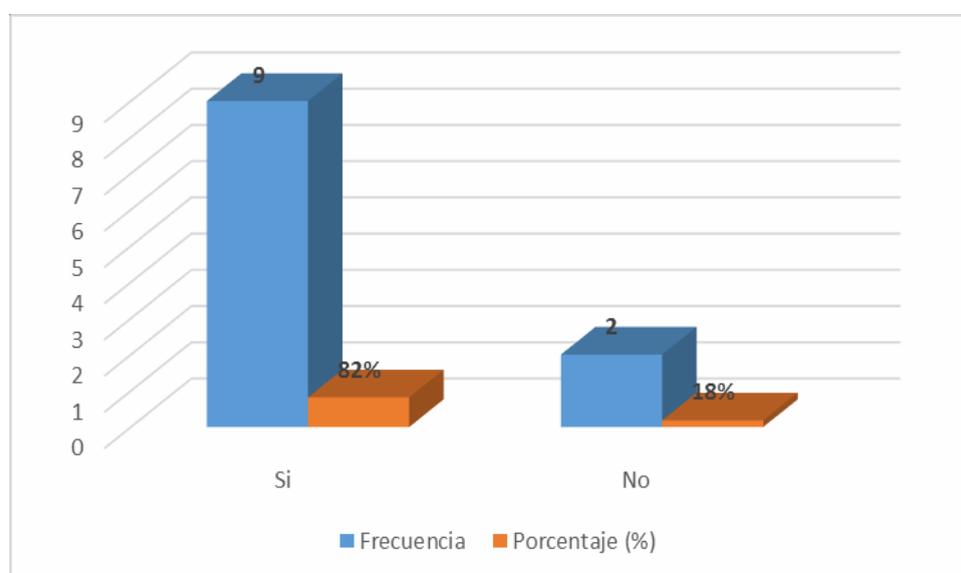
**¿Aplica una gestión de calidad en su negocio?**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
Si	9	82%	82%
No	2	18%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 06**

**¿aplica gestión de calidad en su negocio?**



*Fuente: tabla N° 06*

**INTERPRETACIÓN:** en esta pregunta previamente se les explico sobre el termino de gestión de calidad a los cual 9 respondieron que si aplican lo cual corresponde a un 82% mientras que un 18% fue sincero y menciono que no

**TABLA N° 07**

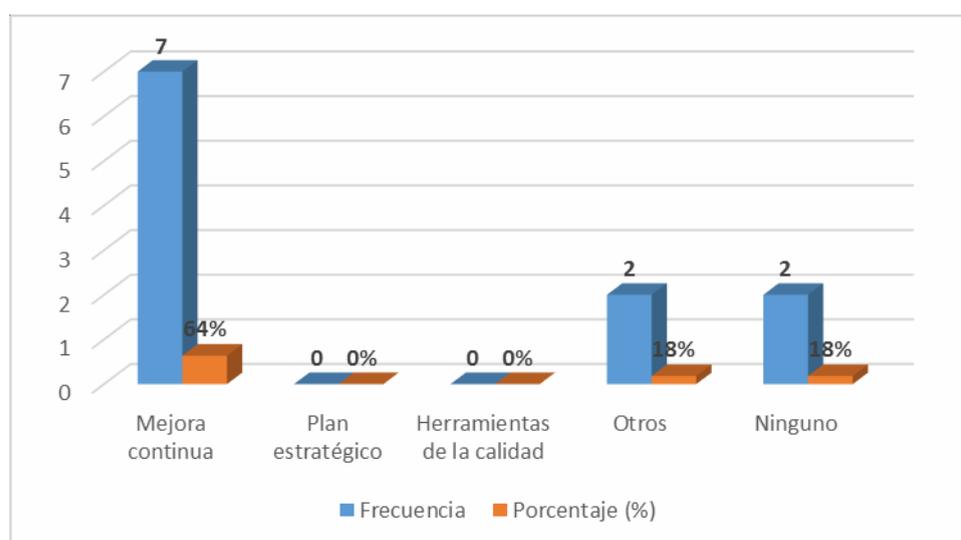
**¿Qué técnicas modernas de gestión de calidad usa en su negocio?**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
Mejora continua	7	64%	64%
Plan estratégico	0	0%	64%
Herramientas de la calidad	0	0%	64%
Otros	2	18%	82%
Ninguno	2	18%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 07**

**¿Qué técnicas modernas de gestión de calidad usa en su negocio?**



*Fuente: tabla N° 07*

**INTERPRETACIÓN:** un 64% el Mypes aplica la mejora continua, el 18% aplican otros y ninguno.

**TABLA N° 08**

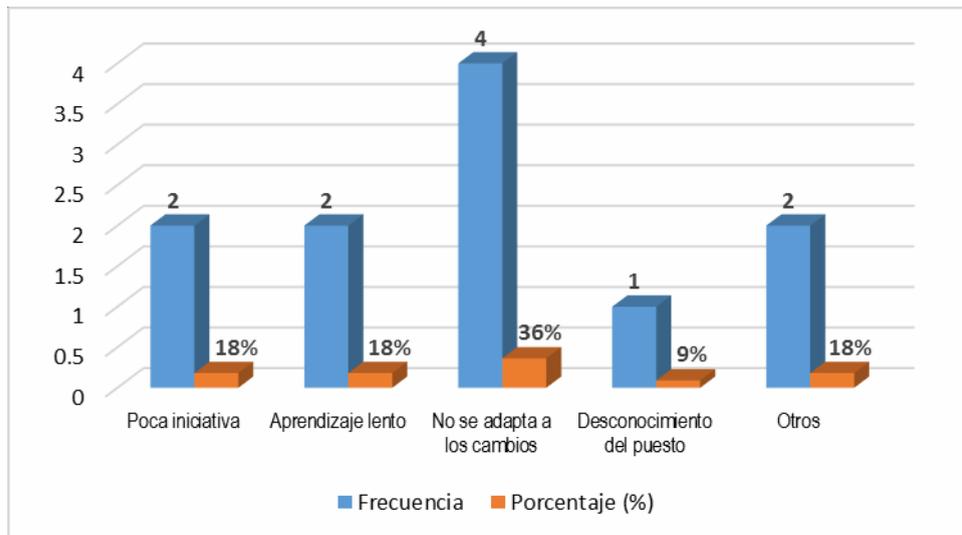
**¿Qué dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad?**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
Poca iniciativa	2	18%	18%
Aprendizaje lento	2	18%	36%
No se adapta a los cambios	4	36%	73%
Desconocimiento del puesto	1	9%	82%
Otros	2	18%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 08**

**¿Qué dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad?**



*Fuente: tabla N° 08*

**INTERPRETACIÓN:** de la investigación podemos deducir que el 36% menciona que no se adaptan a los cambios de gestión e calidad, mientras que el 18% mencionó que existe poca iniciativa, aprendizaje lento y otros problemas que dificultan.

**TABLA N° 09**

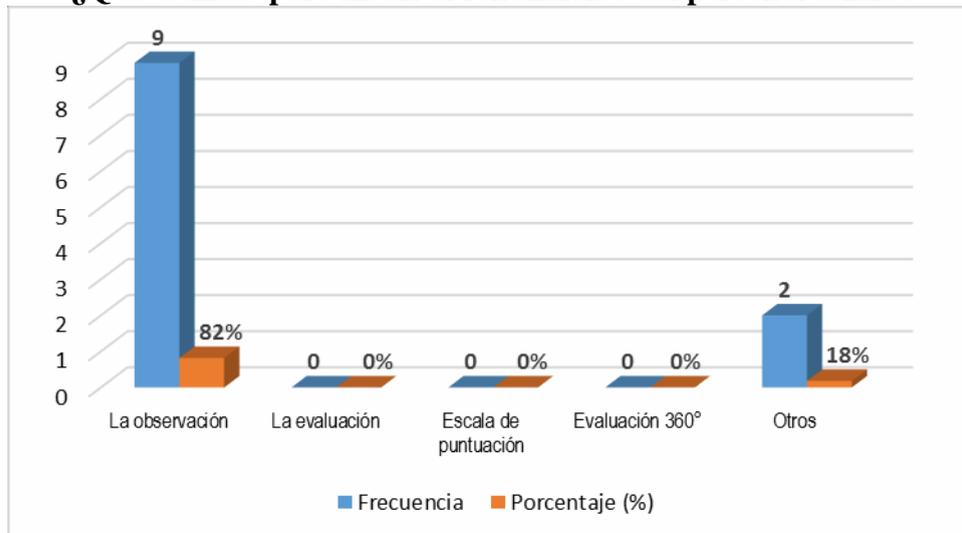
**¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal utiliza?**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
La observación	9	82%	82%
La evaluación	0	0%	82%
Escala de puntuación	0	0%	82%
Evaluación 360°	0	0%	82%
Otros	2	18%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 09**

**¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal utiliza?**



*Fuente: tabla N° 09*

**INTERPRETACIÓN:** Dentro de las técnicas que aplican un 82% considera que utiliza la observación mientras que un 18% menciona que utiliza otras técnicas.

**TABLA N° 10**

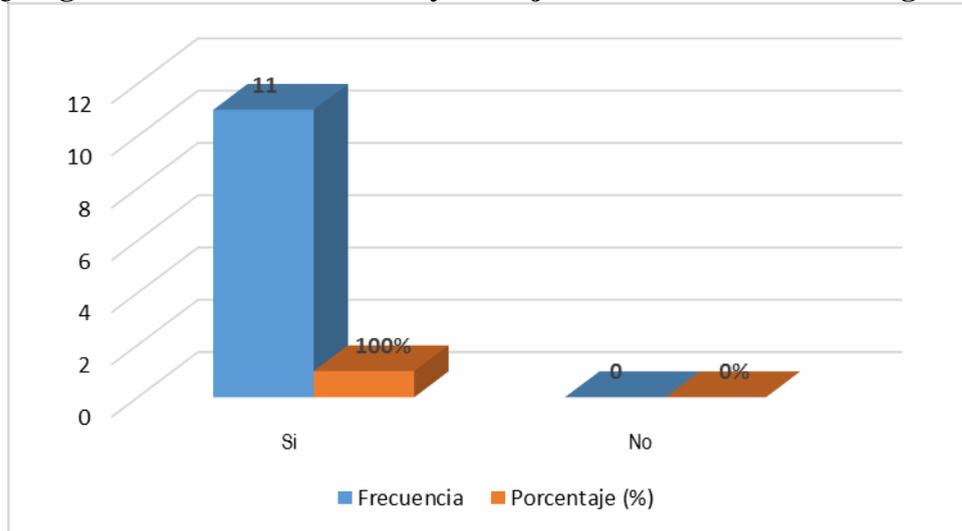
**¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
Si	11	100%	100%
No	0	0%	100%
<b>TOTAL</b>	11	100%	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 10**

**¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?**



*Fuente: tabla N° 10*

**INTERPRETACIÓN:** De la investigación deduzco que el 100% e Mypes investigado mencionan que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

**TABLA N° 11**

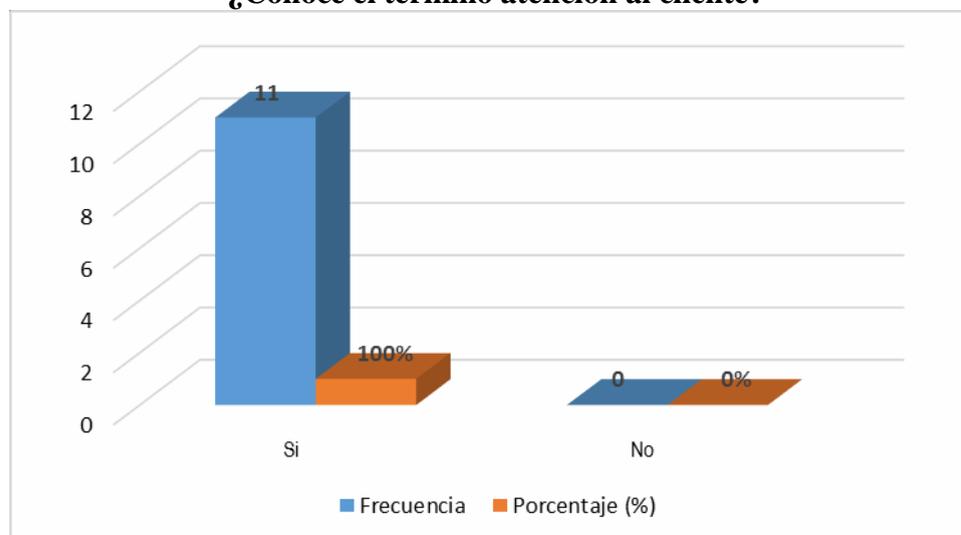
**¿Conoce el término atención al cliente?**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
Si	11	100%	100%
No	0	0%	100%
<b>TOTAL</b>	11	100%	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 11**

**¿Conoce el término atención al cliente?**



*Fuente: tabla N° 11*

**INTERPRETACIÓN:** De la investigación realizada deduzco que el 100% conoce el término atención al cliente

**TABLA N° 12**

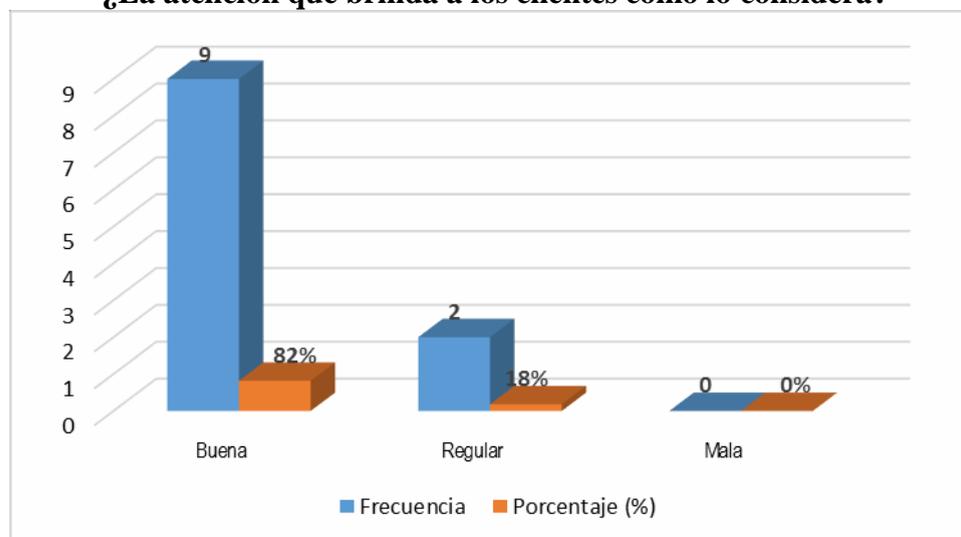
**¿La atención que brinda a los clientes como lo considera?**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
Buena	9	82%	81.82%
Regular	2	18%	100.00%
Mala	0	0%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 12**

**¿La atención que brinda a los clientes como lo considera?**



*Fuente: tabla N° 12*

**INTERPRETACIÓN:** El 82% de las Mypes investigadas considera que la atención al cliente es buena, mientras que un 18% considera que es regular

**TABLA N° 13**

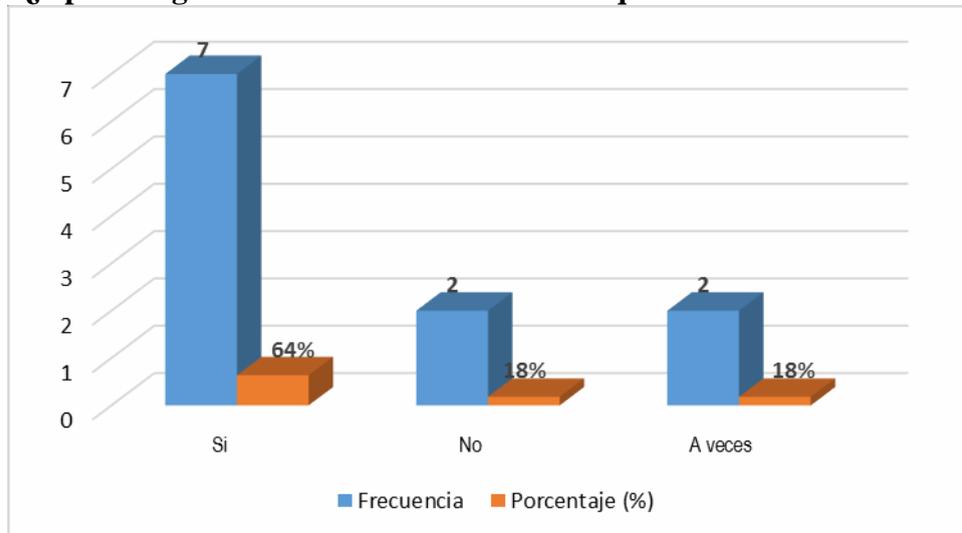
**¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
Si	7	64%	64%
No	2	18%	82%
A veces	2	18%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 13**

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



*Fuente: tabla N° 13*

**INTERPRETACIÓN:** el 64% de las empresas investigadas aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, mientras que un 18% no aplican y otros a veces.

**TABLA N° 14**

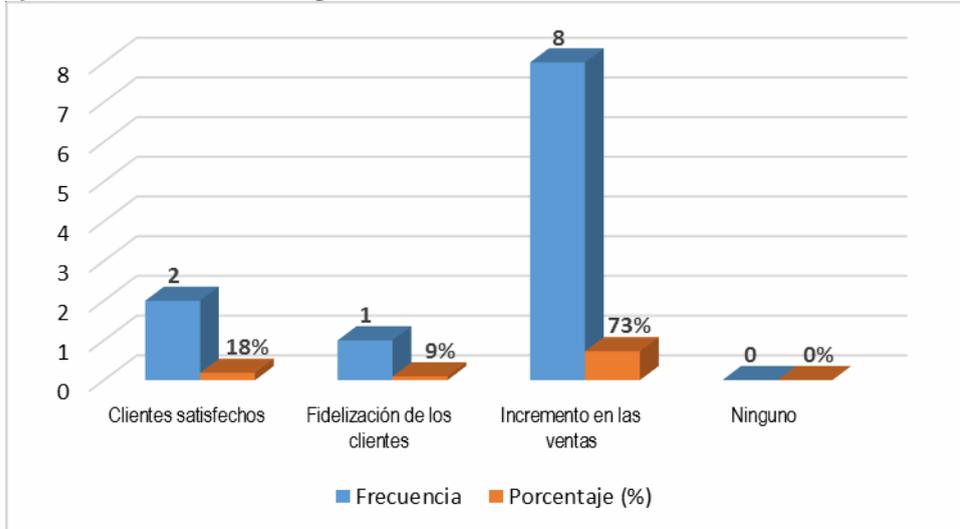
**¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
Clientes satisfechos	2	18%	18%
Fidelización de los clientes	1	9%	27%
Incremento en las ventas	8	73%	100%
Ninguno	0	0%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 14**

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



*Fuente: tabla N° 14*

**INTERPRETACIÓN:** Del estudio realizado a las Mypes un 73% considera que ha logrado los resultados ha logrado es el incremento de las ventas, un 18% clientes satisfecho y un 9% considera que los resultados son la fidelización de los clientes

**TABLA N° 15**

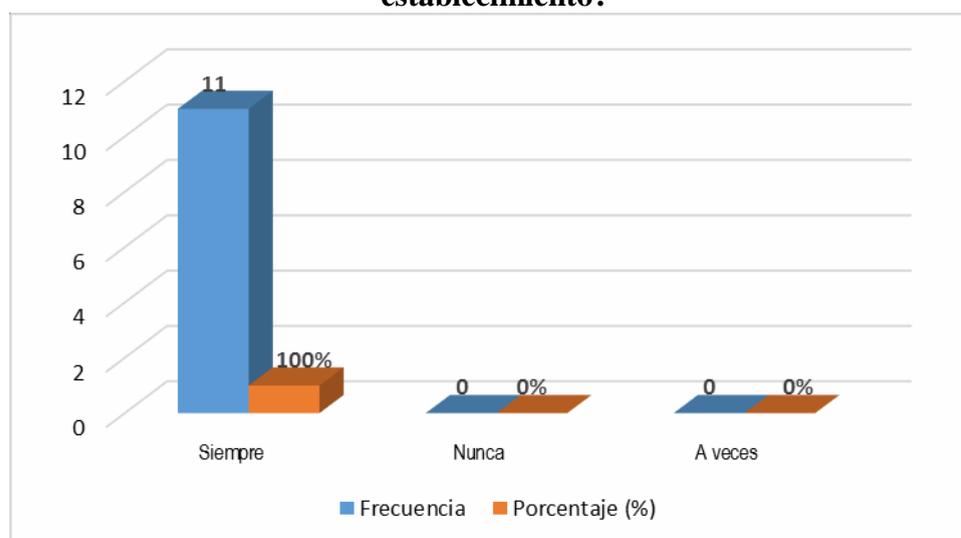
**¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
Siempre	11	100%	100%
Nunca	0	0%	100%
A veces	0	0%	100%
<b>TOTAL</b>	11	100%	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 15**

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



*Fuente: tabla N° 15*

**INTERPRETACIÓN:** llego a la conclusión de la investigación que el 100% considera que la atención al cliente es fundamental para que este vuelva al establecimiento comercial

**TABLA N° 16**

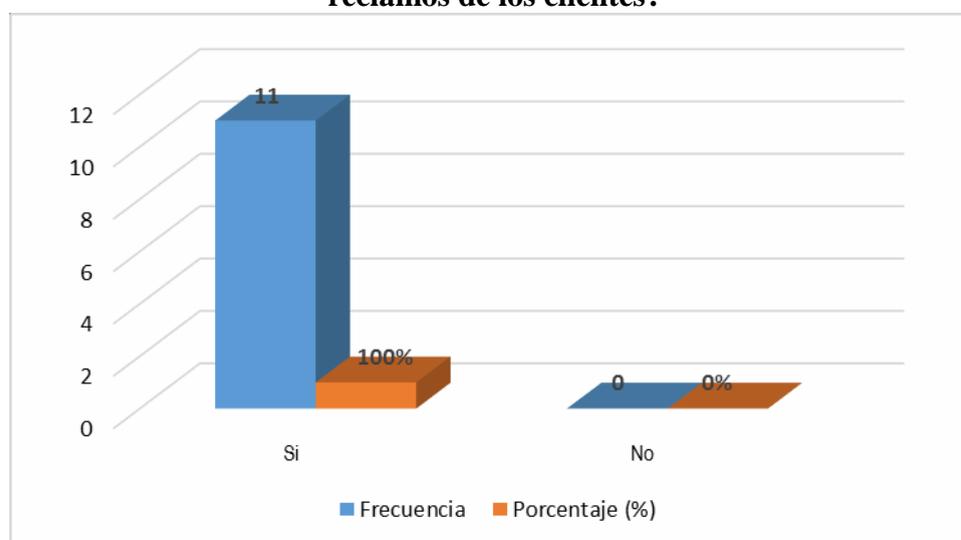
**¿Cree usted que la empresa es eficiente cuando atienden y dan solución a los reclamos de los clientes?**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
Si	11	100%	100%
No	0	0%	100%
<b>TOTAL</b>	11	100%	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 16**

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



*Fuente: tabla N° 16*

**INTERPRETACIÓN:** el 100% de las empresas investigadas considera que si son eficientes cuando atienden y sobre todo solucionan los reclamos de los clientes

**TABLA N° 17**

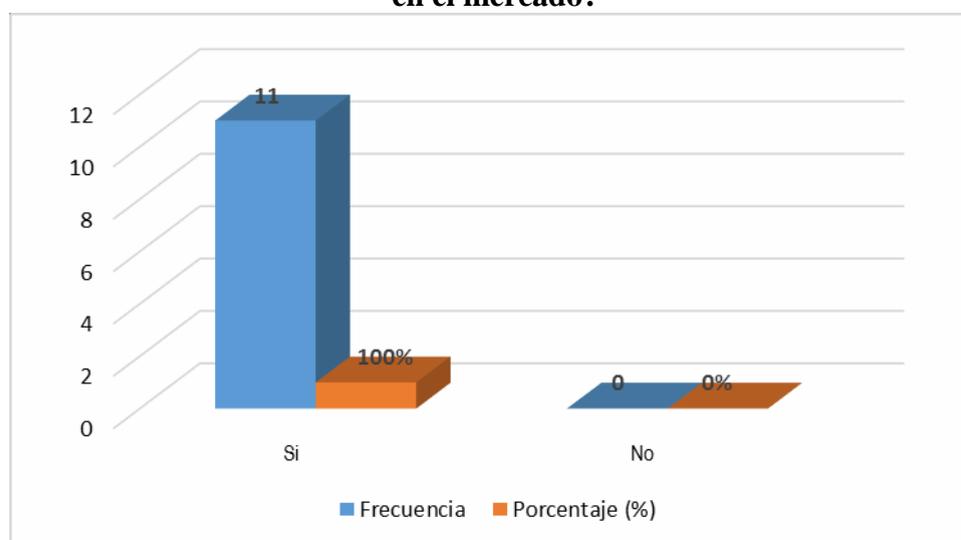
**¿Cree Ud. ¿Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?**

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje Acumulado
Si	11	100%	100%
No	0	0%	100%
<b>TOTAL</b>	11	100%	

*Fuente: Entrevista realizada al sector zapaterías del Centro comercial N° 02 Juliaca 2018*

**GRÁFICO N° 17**

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



*Fuente: tabla N° 17*

**INTERPRETACIÓN:** Según los resultados de las Mypes en estudio el 100% considera que la atención al cliente permite el posicionamiento de la misma

## 5.2. Análisis de resultados

Para ampliar la investigación, incidiremos en las preguntas de mayor impacto en la investigación.

**Pregunta:** ¿Cuál es la edad del gerente o representante?

Según la información obtenida, los propietarios de estos negocios están en el rango de 31 a 50 años de edad (55%). En su mayoría la actividad empresarial constituye su principal ingreso familiar.

**Pregunta:** ¿a qué genero pertenece?

Los resultados de investigación demuestran que el 73% de los propietarios encuestados son de sexo femenino, un 27% son propietarios de sexo masculino.

**Pregunta:** ¿Qué grado de instrucción tiene?

Los resultados nos muestran que el 55 de los propietarios de las Mypes en estudio tienen estudios secundarios; los técnicos representan el 27% y con grado universitario 18%.

**Pregunta:** ¿Qué cargo desempeña en la empresa?

Los resultados nos muestran que el 64% es dueño a la vez administrador y el 36% Son empleados que cumplen la función de administrador.

**Pregunta:** Tiempo que desempeña en el cargo

Del total del análisis de la investigación un 64% desempeña el negocio por más de 7 años mientras que un 18% desempeñan los cargos de 0 a 6 años

## 5.3. Referente A Gestion De Calidad

**Pregunta:** ¿aplica gestión de calidad en su negocio?

Destaca que está aplicando una gestión de calidad en su negocio un 82% mientras que un 18% menciona que no.

**Pregunta:** ¿Qué técnicas modernas de gestión de calidad usa en su negocio?

Los resultados muestran que: un 64% el Mypes aplica la mejora continua, el 18% aplican otros y ninguno.

**Pregunta:** ¿Qué dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad?

De la investigación podemos deducir que el 36% menciona que no se adaptan a los cambios de gestión e calidad, mientras que el 18% mencionó que existe poca iniciativa, aprendizaje lento y otros problemas que dificultan.

**Pregunta:** ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal utiliza?

Dentro de las técnicas que aplican un 82% considera que utiliza la observación mientras que un 18% menciona que utiliza otras técnicas.

**Pregunta:** ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

De la investigación deduzco que el 100% e Mypes investigado mencionan que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

#### **5.4. Referente A Atencion Al Cliente**

**Pregunta:** ¿Conoce el término atención al cliente?

De la investigación realizada deduzco que el 100% conoce el término atención al cliente.

**Pregunta:** ¿La atención que brinda a los clientes como lo considera?

El 82% de las Mypes investigadas considera que la atención al cliente es buena, mientras que un 18% considera que es regular

**Pregunta:** ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?

El 64% de las empresas investigadas aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, mientras que un 18% no aplican y otros a veces.

**Pregunta: ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?**

Del estudio realizado a las Mypes un 73% considera que los resultados que ha logrado es el incremento de las ventas, un 18% clientes satisfechos y un 1% considera que los resultados son la fidelización de los clientes

**Pregunta: ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?**

Llego a la conclusión de la investigación que el 100% considera que la atención al cliente es fundamental para que este vuelva al establecimiento comercial

**Pregunta: ¿Cree usted que la empresa es eficiente cuando atienden y dan solución a los reclamos de los clientes?**

Según los resultados el 100% de las empresas investigadas considera que si son eficientes cuando atienden y sobre todo solucionan los reclamos de los clientes

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

Según los resultados de las Mypes en estudio el 100% considera que la atención al cliente permite el posicionamiento de la misma

## VI. CONCLUSIONES

- PRIMERA** Según tablas se responde al Objetivo específico uno. Tabla N° 01 nos indica que las mayorías de las Mypes están dirigidas por personas de 31 a 50 años (55%), Tabla N° 02 la mayoría de Mypes son dirigidas por el género femenino (73%), Tabla N° 03 la mayoría de negocios tienen el grado de instrucción secundaria, (55%). Tabla N° 04 la mayor parte de dueños se desempeñan en el cargo un promedio de 7 años a más. (64%)
- SEGUNDA** Según tablas se responde al Objetivo específico dos. Tabla N° 06 la mayoría de las Mypes aplican la gestión de calidad (82%) Tabla N° 07 la mayoría usan la técnica moderna de la mejora continua, (64%), Tabla N° 08 indican que una de las dificultades para la implementación de gestión de calidad es porque no se adaptan a los cambios, (36%)
- TERCERA.** Según tablas se responde al Objetivo específico tres Tabla N° 09 La técnica que aplican en el rendimiento del personal es la observación, (82%),
- CUARTA.** Según tablas se responde al Objetivo específico cuatro Tabla N° 10 en cuanto a la mejora del rendimiento del negocio los dueños administradores piensan que el uso de la gestión de calidad contribuye a la mejora, (100%), Tabla N° 11 los empresarios conocen en termino atención al cliente (100%), Tabla N° 12 los dueños consideran que la atención es buena que realizan a los clientes, (82%), Tabla N° 13 los empresarios aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, (64%).

## RECOMENDACIONES

- PRIMERA.** Se recomienda a los representantes de las micro y pequeñas empresas, que deben de implementar herramientas de gestión de calidad, para que de esta manera puedan mejorar sus servicios hacia los clientes y como también puedan buscar la fidelización de los mismos. Esto conlleva a que tanto los representantes como sus colaboradores deben capacitarse continuamente sobre temas modernos para el bienestar de los negocios
- SEGUNDA.** Se recomienda a los representantes de los micros y pequeñas empresas del rubro venta de calzados, que deben mejorar su uso de las técnicas de gestión de calidad con la finalidad de incrementar sus ingresos. Se recomienda también en cuanto a los factores externos cambiantes, se deben de adecuar de una forma en que abarque tanto la innovación de los productos, la implementación de gestión de calidad y la atención personalizada;
- TERCERA.** Se recomienda actualizarse en temas de evaluación de rendimiento del personal para que pueda conocer las dificultades que tiene su personal con el fin de mejorar en las dificultades que se les presenta.
- CUARTA.** Se recomienda implementar gestión de calidad a su negocio para mejorar en la rentabilidad de su negocio al mismo seguir con la mejora continua de su negocio y a futuro les va a poder brindar un posicionamiento en el mercado, una fidelización de los clientes y sobre todo una buena rentabilidad .seguir manteniendo sus clientes teniendo una variedad de productos y una variedad de precios al

alcance de sus clientes con la finalidad de satisfacer a todo tipo de clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abanto, K. E. (2017). Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017. Recuperado el 22 de mayo del 2018 de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045646>
- Aldana, L. A., Álvarez, M. P., & Bernal, C. A. (2011). Administración por Calidad Madrid, España: Universidad de la Sabana.
- Aspilcueta, J. (2011). *MYPEs en el Perú. [Versión electrónica]. Perú*. Recuperado el 18 de mayo del 2018 de: <http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>
- Congreso de la Republica, (2013). *Ley 30056. Que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Recuperado el 18 de mayo de 2018, de: [http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI\\_LEY\\_30056/ley30056.pdf](http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI_LEY_30056/ley30056.pdf).
- Soto, B (2013) 5 principios básicos de la atención al cliente. Recuperado de: <https://www.gestion.org/marketing/atencion-cliente/11175/5-principiosbasicos-de-la-atencion-al-cliente/>
- Flores, M. M. (2017). Gestión de calidad en el marketing y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del jirón José Balta del distrito de Chimbote, 2016. Recuperado el 26 de mayo de 2018 de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043953>
- Hernández, S. L. (2015). *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año*

2014. Recuperado el 30 mayo de 2018 de:  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037811>
- Leny, D. L. (2016). *Caracterización de formalización y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro zapaterías en la ciudad de Tarapoto-provincia de San Martín, período 2016*. Tesis, TINGO MARÍA. Recuperado el 05 de febrero de 2018, de  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1009>
- Maldonado, J. (2011). *Fundamentos de Calidad*. Recuperado el 25 de mayo de 2018 de: [http://www.eumed.net/libros-gratis/2011f/1117/administrar\\_calidad.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2011f/1117/administrar_calidad.html)
- Moreno, M. (2011). *El método kaisen para el mejoramiento continuo*. Recuperado el 25 de mayo de 2018 de: <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-metodo-kaizen-para-el-mejoramiento-continuo>
- Moreno, C. U. (2014). *Influencia de la formalización de las MYPE del sector calzado del distrito El Porvenir en los costos de producción*. Tesis, Universidad Católica de Trujillo. Obtenido de  
<http://www.revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/806>
- Repositorio Académico de la Universidad de Chile. (2015). *Identificación y análisis de las principales problemáticas de las Mipymes en Chile*. Recuperado el 25 de mayo de 2018 de: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/136514>

## ANEXOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### CUESTIONARIO

El presente cuestionario se ha estructurado para ser aplicado a los representantes de las Mypes seleccionadas y tiene por finalidad adquirir información que servirá para desarrollar el trabajo de Investigación denominado: **GESTION DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCION AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO VENTA DE CALZADOS, CENTRO COMERCIAL N° 02 DEL DISTRITO DE JULIACA AÑO 2018.**

#### **INSTRUCCIONES:**

La información que Ud., proporcione será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente su amabilidad.

**MARCA CON UNA X LA RESPUESTA QUE CORRESPONDE:**

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

##### **1. Edad del gerente o representante legal.**

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

##### **2. Género.**

- a) Masculino
- b) Femenino

##### **3. Grado de instrucción.**

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitario
- e) Superior Universitario

##### **4. Cargo que desempeña.**

- a) Dueño, administrador
- b) Administrador

**5. Tiempo que desempeña en el cargo.**

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

**II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTION DE CALIDAD**

**6. ¿aplica gestión de calidad en su negocio?**

- a) Si
- b) No

**7. ¿Qué técnicas modernas de gestión de calidad usa en su negocio?**

- a) Mejora continua
- b) Plan estratégico
- c) Herramientas de la calidad
- d) Otros
- e) Ninguno

**8. ¿Qué dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad?**

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

**9. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal utiliza?**

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

**10. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?**

- a) Si
- b) No

**III. REFERENTE A LA VARIABLE ATENCION AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS**

**11. ¿Conoce el término atención al cliente?**

- a) Si
- b) No

- 12. ¿La atención que brinda a los clientes como lo considera?**
- a) Buena
  - b) Regular
  - c) Mala
- 13. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?**
- a) Sí
  - b) No
  - c) A veces
- 14. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?**
- a) Clientes satisfechos
  - b) Fidelización de los clientes
  - c) Incremento en las ventas
  - d) Ninguno
- 15. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?**
- a) Siempre
  - b) Nunca
  - c) A veces
- 16. ¿Cree usted que la empresa es eficiente cuando atienden y dan solución a los reclamos de los clientes?**
- a) Si
  - b) No
- 17. ¿Cree Ud. ¿Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?**
- a) Sí
  - b) No