



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN  
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS SECTOR COMERCIO – RUBRO CALZADO,  
EN LA GALERÍA ALAMEDA, DEL DISTRITO DE  
CHIMBOTE, PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2017.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL  
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS

**AUTOR(A):**

MILAGROS TATIANA YOVERA CHERO

**ASESOR:**

Mgtr. CARLOS ENALDO REBAZA ALFARO

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2018**

## JURADO EVALUADOR

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Morrillo Campos

Miembro

## AGRADECIMIENTO

Primero agradezco a Dios por darme sabiduría y fortaleza para llevar a cabo esta investigación, en la cual supere muchos obstáculos durante mi experiencia académica.

En segundo lugar, agradezco a mi asesor Mgtr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro, por la formación académica, por su paciencia y motivación en la cual me ayudo a llevar a cabo esta investigación de una manera muy honesta y responsable.

Finalmente, agradezco a mis padres por inspirarme y motivarme a seguir luchando para lograr con éxito el proyecto realizado

## **DEDICATORIA**

Le dedico a Dios por darme salud y poder culminar con esta investigación.

De la misma manera dedico este trabajo de investigación a mis padres, por formarme una persona de bien y con buenos valores, ya que esto me permitió a salir a delante en los momentos más difícil de esta investigación.

A la vez le dedico a mi familia que siempre han estado apoyándome y brindándome su apoyo incondicional.

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como título gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las Mypes sector comercio – rubro calzado, en la galería alameda, del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Obtuvo el siguiente objetivo general: determinar las características de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las Mypes sector comercio – rubro calzado, en la galería alameda, del distrito de Chimbote, 2017. Obteniendo sus objetivos específicos: determinar las características de los representantes de las Mypes, características de las Mypes en Chimbote y características de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en la Mypes, rubro calzado, galería Alameda distrito Chimbote. Se desarrolló de manera cuantitativa, con un nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, la investigación tuvo una muestra poblacional de 37 Mypes. se aplicó un cuestionario de 20 preguntas; obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los microempresarios y Mypes, El 76% son sexo femenino, el 57% tienen grado de instrucción secundaria completa, el 59.5% tiene de 7 años a más en el rubro calzado y el 57% creó con la finalidad de generar utilidades, empleo y satisfacer al cliente. En atención al cliente: El 100% brinda producto de calidad y el 78% sí le importa las características de atención al cliente. Se llega a la conclusión que son gerentes de las Mypes y finalmente para las Mypes si es muy importante brindar una buena atención a sus clientes ya que depende de ellos la empresa logra su objetivo.

Palabras claves: Atención, cliente, calidad, gestión y Mypes.

## **ABSTRACT**

This research was entitled quality management under the focus on customer service in the Mypes trade sector - footwear sector, in the Alameda gallery, Chimbote district, province of Santa, year 2017. Obtained the following general objective: determine the characteristics of quality management under the focus on customer service of the Mypes trade sector - footwear sector, in the Alameda gallery, Chimbote district, 2017. Obtaining its specific objectives: determine the characteristics of the representatives of the Mypes, characteristics of the Mypes in Chimbote and characteristics of quality management under the focus on customer service in the Mypes, footwear category, gallery Alameda Chimbote district. It was developed quantitatively, with a descriptive, non experimental - transversal design, the research had a population sample of 37 Mypes. a questionnaire of 20 questions was applied; obtaining the following results: Regarding microentrepreneurs and Mypes, 76% are female, 57% have complete secondary education, 59.5% have more than 7 years in the shoe industry and 57% have created for the purpose to generate profits, employment and satisfy the client. In customer service: 100% provide quality product and 78% do care for customer service features. The conclusion is that they are managers of the Mypes and finally for the Mypes if it is very important to provide good service to their clients since it is up to them that the company achieves its objective.

Keywords: Attention, customer, quality, management and Mypes.

## Contenido

1. Título de la tesis.....	i
2. Hoja de firma del jurado evaluador .....	ii
3. Agradecimiento/Dedicatoria .....	iii
4. Resumen/Abstract.....	v
5. Contenido.....	vii
6. Índice de gráficos, tablas y cuadros .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	8
III. HIPÓTESIS .....	53
IV. METODOLOGÍA.....	54
4.1 Diseño de la investigación.....	54
4.4 Población y muestra .....	54
4.5 Definición y operacionalización de variable .....	55
4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	57
4.5 Plan de análisis.....	58
4.6 Matriz de consistencia.....	59
4.7 Principios éticos.....	59
V. RESULTADOS .....	61
5.1 Resultados .....	61
5.2 Análisis de los resultados.....	65
VI. CONCLUSIONES.....	72
Aspectos Complementarios.....	74
Referencias Bibliográficas.....	75
Anexos .....	80

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### INDICE DE TABLAS

Tabla 01: Características de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, Sector: Comercio – Rubro Calzado, del Distrito Chimbote, Provincia del Santa, año 2018. ....	61
Tabla 02. Características de las Micro y pequeñas empresas, sector: comercio – rubro Calzado, del Distrito Chimbote, provincia del Santa, año 2018. ....	62
Tabla 03. Características de una Gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas, sector: Comercio – rubro Calzado, en la galería Alameda, del distrito Chimbote, provincia del Santa, año 2017. ....	63

### ÍNDICE DE FIGURA

Figura 01. Genero del encuestado.....	83
Figura 02. Edad de los representantes.....	83
Figura 03. Grado de Instrucción de los representantes... ..	83
Figura 04 La organización es formal/informal .....	84
Figura 05 Que cargo tiene el representante en la mype .....	84
Figura 06 Tiempo de permanencia en el rubro de calzado .....	84
Figura 07 A partir de qué edad contratan a sus trabajadores .....	85
Figura 08 cuál es la finalidad por la que se creó la mype .....	85
Figura 09 Brinda producto de calidad.....	85
Figura 10 Factor que genera satisfacción al cliente .....	86
Figura 11 Conoce gestión de calidad .....	86
Figura 12 Da capacitaciones sobre atención al cliente .....	86
Figura 13 Es importante brindar atención al cliente .....	87



Figura 14 La comunicación es fundamental en la mype .....	87
Figura 15 Es importante contar con un control de calidad .....	87
Figura 16 Estrategias y pautas para una buena comunicación con el cliente.....	88
Figura 17 Es importante las características de atención al cliente.....	88
Figura 18 Técnicas que utiliza para relacionarse con su cliente .....	88
Figura 19 El grado de instrucción del personal influye en la calidad del servicio .....	89
Figura 20 Su mype cuenta con un libro de reclamaciones.....	89

## **I. INTRODUCCIÓN**

En el Perú existe un porcentaje de 99,6% que son micros pequeñas y medianas empresas en la cual son importantes para una buena estabilidad económica en el País.

Esto nos afirma que las MYPES son generadoras de empleos, aunque la mayoría son informales y no cuenta con un buen ambiente, pero a la vez ayuda aliviar un porcentaje de empleo que surge en el país.

De esta manera en el Perú se realiza una subdivisión de MYPES, considerándose que las microempresas logren alcanzar ventas anuales en un monto máximo de 150 UIT, lo que equivale a 607,500.00 soles, mientras que en las pequeñas empresas tienen ventas superiores a este valor y hasta un monto máximo de 1.700 UIT equivale a 6,885, 000.00 soles y las medianas empresas alcanzan ventas superiores a 1.700 UIT hasta 2.300 UIT. De acuerdo a su actividad nos dice que el 44,4% de las microempresas se dedican a la comercialización de bienes, mientras que el 16,2% prestan servicios administrativos; de apoyo y servicios personales.

En Chimbote donde se desarrollará el presente estudio, nos dice que las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro calzado, desconocen las características y beneficios de atención al cliente.

De esta manera tienen como objetivo armar estrategias empresariales de atención al cliente, con la finalidad de convencer a los clientes a obtener un buen producto y que se encuentre de acuerdo a las necesidades de las personas para poder lograr la satisfacción de los clientes, es por eso que las empresas tienen la capacidad de brindarles charlas o darles capacitaciones a sus trabajadores acerca de la buena

atención hacia sus clientes y así poder lograr el objetivo propuesto por dichas organizaciones y a la vez manteniendo una buena posición de mercado.

Por eso es importante que las empresas de calzados conozcan las características y beneficios de atención al cliente para poder determinar si mi cliente está satisfecho o no de dicho personal de atención.

Para finalizar esta investigación damos a conocer como las micro y pequeñas empresas del rubro calzado aplican estrategias de una buena atención al cliente y así poder seguir evolucionando y creciendo como empresas teniendo en cuenta las necesidades de sus clientes y ofrecer un producto de calidad para crear una confianza de cliente a empresa y así obtener reconocimiento de los clientes logrando una buena posición en el mercado.

Esta investigación será descriptiva porque se determinará las características de las micro y pequeñas empresas SECTOR COMERCIO – RUBRO CALZADO utilizando la variable atención al cliente dicho estudio se utilizará un tipo de investigación cuantitativa, determinando la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas; en la galería alameda, del distrito de CHIMBOTE, provincia Del santa año 2017, de tal manera para llevar a cabo esta investigación consideramos que los antecedentes en fundamental porque nos ayudara a realizar la discusión de los resultados de investigación, mientras tanto en Colombia los aportes de las micro, pequeña y mediana empresa, son fundamentales para el sistema de producción en Colombia, el registro empresarial y social da a conocer que el 94.7% de las empresas registradas son microempresas y el 4.9% pequeñas y medianas empresas en el país de Colombia (BusinessCol. Com, S.F).

En Argentina Marzo del 2010, nos dice que los puestos informales superan a los formales, y a la vez el incumplimiento de las normas es mucho mayor en las pequeñas empresas que en las grandes, es por eso que en otros estudios la cifra de empresas formales e informales pueden ser un 90%, es por eso que la mayoría de las Mypes no pueden acceder a créditos financieros por que tienen sus inversiones paralizadas. (Anónimo, 2017), de tal manera que en Bolivia nos dice que las Mypes están compuesto por un total de 40,687 empresas legalmente registradas en el país y a la ves ayuda al desarrollo del país. De esta manera un 99,6% es de microempresas; el 0,2% de pequeñas empresas; un 0,065%, de medianas empresas y un 0,05%, grandes empresas (Anónimo, 2009).

Mientras que el Perú - Trujillo las micros y pequeñas empresas, fabrican calzados que aporta el 40% de la producción Nacional para el programa Compras a Mypes que ejecuta el fondo de Cooperación para el desarrollo Social. (Ortiz, 2018). Finalmente, en Arequipa la informalidad es la competitividad y eso se transluce que muchas micro y pequeñas empresas, son más negocios de sobrevivencia que unidades productivas o de servicios importantes, siendo esto vital deben ponerse a ley para alcanzar un desarrollo sustentable, el 70% de las Mypes son informales.

Actualmente, en Arequipa operan un promedio de 40 mil micro y pequeñas empresas formalizadas, que representan el 30%. No obstante, se estima que no menos de 93 mil estarían al margen de la ley, las cuales indudablemente requieren pasar a la formalidad para lograr su sustentabilidad y rentabilidad, es por eso que con ello lograrán mantenerse en el mercado, pues podrán exportar, contratar con el Estado y hasta acceder a créditos. (El pueblo, 2015).

En lo local se investigó la característica de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micros y pequeñas empresas sector comercio - rubro calzado, en la galería alameda, del distrito Chimbote, provincia del Santa año 2017. Teniendo en cuenta el siguiente enunciado: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro calzado, en la galería alameda, del distrito Chimbote, provincia del Santa año 2017?

De esta manera para solucionar el problema se plantea el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro calzado, en la galería alameda, del distrito de Chimbote, provincia del Santa año 2017, para conseguir el objetivo general aplicamos los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de la micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro calzado del distrito de Chimbote, provincia del Santa año 2017, Determinar las características de las micros y pequeñas empresas del distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2017 y Determinar las características de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micros y pequeñas empresas sector comercio - rubro calzado, en la galería alameda, del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

La investigación se justifica porque nos permite conocer las características de los representantes de las micro y pequeñas sector comercio – rubro calzado en la galería alameda, del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017.

Este proyecto consiste en conocer, las diferentes características que poseen las micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro calzado, en la galería alameda, del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

Además, esta investigación permite conocer las características de la gestión de calidad en las MYPES, bajo el enfoque de la atención al cliente rubro calzado, en la galería alameda, del distrito CHIMBOTE, provincia Del Santa año 2017, esta característica les ayudará a las empresas a mejorar la calidad de su producto y a la vez les permitirá ser más reconocidos en el mercado.

También esta investigación nos permite conocer aspectos teóricos sobre la gestión de calidad, utilizando la buena atención al cliente y así poder lograr el crecimiento y el desarrollo de las Mypes, con el fin de mantenerse en el mercado. A la vez beneficiara al entorno empresarial del distrito de Chimbote y a sus emprendedores de las micro y pequeñas empresas, a proporcionar conocimiento sobre la aplicación de la gestión de calidad, utilizando la buena atención al cliente.

Finalmente, esta investigación nos sirve como futura base fundamental de como poder utilizar e implementando, una buena gestión de calidad enfocado hacia la buena atención al cliente en las micros y pequeñas empresas que se encuentran en nuestro distrito, teniendo en cuenta de las Mypes nacionales, internacionales y regionales.

De tal manera esta investigación, cuenta con una metodología de diseño no experimental, un nivel transversal y tipo descriptivo. Su población es de 37 Mypes y su muestra es el 100% Mypes encuestadas.

Se encontraron los siguientes resultados, el 76% de los encuestados son de sexo femenino, un 46% de los encuestados tienen la edad entre 18 a 35 años, el 57 % de los encuestados tienen grado de instrucción secundaria, el 100% de las mypes son formales y el 100% de los encuestados nos dice que SI es importante brindar una buena atención al cliente en las mypes.

Al finalizar esta investigación se llevó a cabo las siguientes conclusiones: Los representantes encuestados de las mypes nos dicen que el 76% son de sexo femenino, tienen una edad aproximada de 18 a 35 años y el 57% cuenta con educación secundaria completa, Nos dice que la mayoría de las micro y pequeñas empresas son de manera formal (100%), el cual está a cargo de su propio gerente (dueño) 41%, el tiempo en el rubro de calzado es de 7 años a mas (59.5%), además contratan a sus trabajadores a partir de los 18 años (56.8%) y ellos concretan que la finalidad por la que se creó la mype es por generar utilidades, generar empleo y la satisfacción al cliente (57%) y las mypes hoy en día SI brindan un producto de calidad (100%), también tienen en cuenta que el factor más importante que satisface a los clientes es el producto y el precio (35%), además SI conocen lo que es gestión de calidad (86.5%),ya que a la ves es importante tener un control de calidad (89%) de su producto, es por eso que el propietario de la mype SI brinda capacitación a su personal sobre atención al cliente (70%), de esta manera para los representantes de las mype SI es muy importante brindar una buena atención a su cliente porque ellos depende el funcionamiento y la estabilidad en el mercado (100%), por eso nos dice que es fundamental tener una buena comunicación (92%), teniendo en cuenta las características de atención al cliente (78%), usando las técnicas de comunicación con su cliente de manera directa el (73%), es por eso que el grado de instrucción de su

personal NO influye en la calidad del servicio (51%) y finalmente la mayoría de mypes SI cuentan con un libro de reclamaciones el (76%).

Ya que todo esto son esenciales en toda mype porque les permite a mantenerse en el mercado de acuerdo a su rubro, teniendo en cuenta un buen producto y buena calidad de acuerdo a sus necesidades del consumidor, a la vez se teniendo en cuenta la buena atención al cliente y saber convencer para que así puedan adquirir el producto principalmente de acuerdo a sus necesidades del cliente ya que toda mype depende de ellos porque son la base fundamental de toda organización y así puedan lograr el objetivo propuesto, finalmente para que una organización pueda adquirir más cliente siempre es bueno comunicarse con su clientes vía redes sociales, ya que este medio les ayudara a promocionar más sus productos y así puedan surgir más en su negocio.

Esta investigación consta con su introducción, revisión de la literatura; dentro de ello se encuentra los antecedentes, marco teórico y marco conceptual, después sigue la hipótesis, metodología dentro de ella tenemos; diseño de investigación, definición y operacionalización, técnicas e instrumentos, plan de análisis, matriz de consistencia y principios éticos, y al finalizar se encuentra los resultados y conclusiones.



## **II. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

Alfaro y Mancía (2016) en su trabajo de investigación denominada: *Modelo de servicio al cliente para las medianas empresas comercializadoras de calzado en la zona metropolitana de san salvador, caso ilustrativo*. Tuvo el siguiente problema: ¿Cuáles son los elementos de satisfacción que permitirán crear un modelo de servicio para fidelizar a los clientes de la mediana empresa comercializadora de calzado Jamcalza ubicada en el Área Metropolitana de San Salvador? Se planteó el siguiente objetivo general: Identificar los factores que de acuerdo a los consumidores son indispensables para la construcción de un modelo de servicio al cliente para la mediana empresa comercializadora de calzado Jamcalza. y los siguientes objetivos específicos: Identificar estrategias enfocadas en el producto que permitirán satisfacer las necesidades de los clientes de Jamcalza, determinar los elementos de venta ideales que contribuyan a la excelencia en el servicio y al incremento de las mismas y Conocer las tácticas apropiadas de servicio posventa que ayuden a establecer relaciones más duraderas con los clientes. De tal manera su metodología consta con un diseño no experimental, el tipo es descriptiva y cuantitativa, para lo cual utilizo una población de 100,000 habitantes y una muestra de 96 personas femeninas su instrumento fue el cuestionario. Se obtienen los siguientes resultados: El 64% es mayor a 31 años mientras que un 23% tiene edades entre 23 a 30 años. Las tiendas Jamcalza posee en su mayoría clientes con edad superior a los 30 años, factor muy importante para tomar en cuenta al establecer estrategias de venta y ofrecer sus productos el 49% de las personas encuestadas posee un empleo y el 32% de los clientes son mujeres dedicadas a las tareas del hogar y solamente el 17% son

estudiantes. Según los datos obtenidos la mayoría de clientes de Jamcalza son empleados, por consecuencia poseen la capacidad económica de adquirir los productos de la empresa; por lo tanto, las estrategias a implementar deben estar ajustadas a ellos. El 32% de los encuestados en Apopa manifiestan que el principal aspecto que los motiva a los visitar la tienda es la ubicación de la misma, mientras que el 25% señala que los motiva el precio en los productos. Es necesario mencionar que la ubicación de la sucursal de Soyapango solamente logró un 3%, lo cuál debe ser evaluada con el fin de mejorar la afluencia de clientes; por otra parte el servicio al cliente es uno de los factores menos considerados con un 5% de los encuestados, indicando que se debe mejorar ese aspecto. El 60% de los encuestados evalúan como buena la atención que reciben por las otras tiendas, el 33% de ellos lo califica como regular. A pesar de no ser su tienda preferida, la mayoría de los encuestados le otorgan una buena calificación al servicio al cliente recibido. El 53% de las personas opina que los precios de los productos ofrecidos por las empresas comerciales de calzado son razonables, el 27% los considera económicos y el 20% los cataloga como precios altos. Según los resultados obtenidos se puede concluir que los precios del calzado son considerados justos y están al alcance de los consumidores. Un 67% considera buena la calidad de los productos, seguido de un 27% que lo perciben como excelente y solamente 1% dice que la calidad es regular. Esto demuestra que las empresas comercializadoras de calzado se preocupan por ofrecer productos que satisfagan las exigencias de los consumidores. Un 53% evaluaron como buena la atención que reciben en las diferentes tiendas de calzado mientras que el 33% la califican como excelente y sólo un 2% dicen que el servicio es regular En general las personas que visitan las diferentes tiendas de calzado aprueban servicio al cliente

recibido. El 47% de los encuestados eran empleados, mientras que el 40% se dedican a estudios académicos. Esto indica que la mayoría de personas clientes de otras tiendas comercializadoras de calzado perciben ingresos mensuales de sus empleos y tienen la capacidad de realizar compras. El 51% considera bueno el servicio al cliente en las tiendas Jamcalza, seguido de un 35% que la califican como regular y apenas el 14% lo considera excelente. Según los datos obtenidos, el servicio al cliente prestado por la empresa debe mejorar para lograr la satisfacción total de los clientes. El 90% de los encuestados tienen una valoración positiva sobre la calidad de los productos. Estos resultados demuestran que los productos fabricados y comercializados por Jamcalza son bien aceptados por el mercado.

Y se llegó a la siguiente conclusión: La empresa Jamcalza no aplica evaluaciones constantes sobre la calidad en el servicio y productos que ofrece a sus clientes. La empresa Jamcalza no cuenta con estrategias de servicio al cliente que permita a sus empleados brindar un servicio de calidad y convertirlo en un elemento diferenciador ante la competencia. Jamcalzano enfoca sus esfuerzos en el desarrollo e implementación de estrategias de servicio al cliente que puedan contribuir al incremento de la afluencia de clientes y fidelización de los mismos, aun teniendo la capacidad económica para destinar fondos a dicha actividad. Según la información obtenida por parte de los empleados, la empresa carece de un registro de clientes o base de datos que permita llevar un control de los mismos. La empresa Jamcalza no ofrece ningún tipo de incentivo a los empleados que tienen contacto directo con el cliente, este factor puede influir negativamente en la prestación del servicio. La empresa no aprovecha la afluencia de nuevos clientes para establecer relaciones duraderas con sus clientes que le permita aumentar su participación en el mercado.

Los consumidores manifiestan que uno de los factores que influyen en la satisfacción de servicio al cliente es el lugar y la ambientación en el que se encuentran al momento de realizar una compra, aspectos que según los encuestados deben mejorar en las tiendas Jamcalza. Los clientes de la empresa Jamcalza muestran cierto grado de insatisfacción al evaluar la atención recibida por parte del personal de las tiendas, aunque se sienten complacidos con los precios y calidad de los productos. Las redes sociales y el Internet se han convertido en herramientas básicas en el mundo de los negocios y son considerados hoy en día como un medio altamente efectivo para promocionarse. Jamcalza no está sabiendo aprovechar este recurso para promocionar sus productos, sus tiendas e interactuar con sus clientes. Según los consumidores los empleados de la empresa no han sido debidamente capacitados en el área de servicio al cliente que les permita vivir una mejor experiencia en sus compras. Uno de los aspectos a destacar en las tiendas de calzado competidoras de Jamcalza es el esfuerzo que hacen por brindar un buen servicio a sus clientes y la valoración que estos hacen sobre el mismo. La mayor parte de las empresas comercializadoras de calzado en San Salvador hacen promoción de sus tiendas en los diferentes medios de comunicación según la capacidad económica de cada una. Los clientes suelen comprar en la misma tienda y son fieles a la empresa por la variedad de productos que ofrecen y el servicio recibido por parte del personal de ventas. Las empresas comercializadoras de calzado competencia de Jamcalza suelen dar algún tipo de incentivo como descuentos especiales, tarjeta de cliente frecuente u obsequios a sus clientes.

Espinoza (2014) en su trabajo de investigación denominada *caracterización de formalización y gestión de calidad de las Mype comerciales rubro calzado de piura-2013* tubo el siguiente problema ¿Cuáles son las principales características de formalización y gestión de calidad de las MYPE comerciales rubro calzado (Piura), Año 2013? Se plantió el siguiente objetivo general: Identificar las principales ventajas de la formalización y el logro de la gestión de la calidad, de las MYPE comerciales rubro calzado (Piura), Año 2013 y los siguientes objetivos específicos: Determinar si la formalización crea ventajas competitivas, Determinar si la formalización está asociada con la gestión de calidad, Analizar el enfoque de una buena gestión de calidad, Determinar si el rubro calzado está en desarrollo en el mercado actual. La presente investigación consta con un diseño no experimenta, un nivel cuantitativo y un tipo de investigación descriptivo, para lo cual utilizo una población fue de 15 Mypes, la técnica instrumental consta de una entrevista y encuestas que realizaron.

Se obtienen los siguientes resultados: El 56.67% manifestaron que SI recibe capacitaciones y el 36.66% que lo hacen a veces. El 56.67% manifestó que la buena atención SI determina la calidad del servicio, un 30% de los encuestados respondieron que lo es a veces. La mayoría de los directivos entrevistados el 63.34% respondieron que SI creen que la empresa basa su crecimiento en las características del servicio que brinda y el 33.33% lo es a veces. Los directivos entrevistados Sobre los métodos para evaluar internamente en la empresa el 63.34% respondió que SI utiliza métodos para mejorar los procesos de autoevaluación y revisiones. Un 33% respondió que a veces utiliza métodos para evaluar la mejora de los procesos de gestión de calidad. El 70% están convencidos que una buena gestión de calidad SI

genera el éxito en la empresa y el 30% opina que a veces. El 70% de los entrevistados comentó que si existen facilidades para la formalización de las empresas y sólo el 26.67% comenta que a veces. Crecimiento en el mercado el 96.67% respondieron que SI cree que está en constante crecimiento y el 3.33% a veces. Los mecanismos que utiliza la empresa el 96.67% comenta que SI trabaja con mecanismos que garantizan la calidad de servicio. Y el 3.33% NO utiliza mecanismos. La mayoría de los directivos entrevistados el 83.34% comentaron que, SI realizan mediciones de los procesos de la gestión de calidad para determinar que, si se logran los objetivos planificados, y el 13.33% NO lo hacen. El liderazgo y compromiso de los directivos el 86.67% comentaron que, SI ha facilitado la promoción de políticas y objetivos para incrementar la conciencia, motivación y participación de los trabajadores, el 13% contestó en su minoría que NO. Los directivos contestaron que SI han utilizado métodos correctivos y preventivos para identificar áreas de mejora y el 3.33% contestó que NO utiliza métodos. El 66.67% de la mayoría de los trabajadores respondieron que SI sería una gran ventaja el estar formalizados y el 26.66% contestó que a veces. El 73.33% de los encuestados SI cree que la formalización mejora la productividad y calidad del servicio. El 26.67% contestó que a veces. Cómo cree usted que se encuentra la productividad de la empresa al estar correctamente formalizada, los directivos entrevistados respondieron en un 77% que la productividad se encuentra en el nivel alto y 20% en el nivel medio, al estar la empresa formalizada. Se les entrevistó a los directivos sobre la incidencia de la calidad de gestión y la formalización el 50% respondió que es positivo, y hay que tener en cuenta que el 50% es indiferente entre la formalización y la gestión de calidad. Sobre las capacitaciones por rubro, el 60% de los trabajadores

respondió que a veces son necesarias y un 40% respondió que SI son necesarias. La formalización debe ir de la mano con la gestión de calidad para garantizar el éxito de la empresa el 50% respondió que SI y el 36.67% respondió que a veces.

Se llegó a la siguiente conclusión; Se logró comprobar que la formalización si crea ventajas competitivas, en las MYPE del rubro calzado del mercado modelo de Piura, donde los pequeños empresarios expresan que la formalización les permite alcanzar nuevas alternativas para conectarse con el mercado actual, interactuando, aprendiendo, diseñando y aplicando estrategias que le han permitido competir con las grandes empresas. Se ha determinado que la formalización tiene un vínculo muy estrecho con la gestión de calidad, porque ambos componentes les han permitido analizar las fortalezas y debilidades de su empresa, definiendo una acción innovadora con planes de mejora a corto plazo. Los pequeños empresarios dan a conocer que el enfoque de una buena gestión de calidad basada en planificación les ha permitido alcanzar los objetivos programados, Asimismo, se observa que el rubro calzado se mantiene en constante crecimiento, lo que le genera mayor competitividad; para lo cual los empresarios para mantener este crecimiento se han enfocado en investigar las nuevas tendencias y demandas del mercado actual.

De la Cruz (2016) en su trabajo de investigación denominado *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*. Tuvo el siguiente problema; ¿Cuáles son las principales características de formalización y gestión de la calidad de las MYPES, del sector comercio-rubro venta de calzados, de la ciudad de Tarapoto – Provincia de San Martín 2016?, de esta manera se plantió el siguiente objetivo general y específicos: conocer las

características, la formalización y la gestión de la calidad de los micros y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de calzados, distrito de Tarapoto – Provincia de San Martín, 2016, Conocer los beneficios de la formalización y la gestión de la calidad de los micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de calzados, distrito de Tarapoto – Provincia de San Martín, 2016, Determinar los factores de la competitividad de las MYPES en el rubro venta de calzado de la ciudad de Tarapoto, año 2016 y Determinar las ventajas de la gestión de calidad en las MYPES rubro venta de calzados, distrito de Tarapoto-Provincia de San Martín, 2016. La presente investigación consta con un diseño no experimental, cuenta con un tipo cuantitativo y un nivel descriptivo, en lo cual utilizo una población de 35 mypes y una muestra de 12 mypes estudiadas. El instrumental que utilizaron fue un cuestionario.

Se obtienen los siguientes resultados: Los 12 propietarios encuestados en un 48% están en la edad de 36 a 50 años y el 36% están en la edad de 20 a 35 años y un número menor del 15 % de 51 a más años. Los 12 propietarios encuestados 09 son del género masculino y sólo 03 es del sexo opuesto es decir femenino, quiere decir que son en su mayoría propietarios varones que apuestan por este rubro. Respecto al grado instrucción encontramos, que el 58% de los propietarios tienen una instrucción secundaria lo que representa una gran cantidad de propietarios que no cuentan con un grado de instrucción superior o capacitación profesional en mercadotecnia, ventas y solo se basan en experiencias de vida y en un 25% de educación cuentan solo con educación primaria, lo que representa un numero bastante alarmante, y solo un 17% de la muestra cuenta con formación en algún instituto. El 50% de los propietarios son de condición convivientes lo que representa la mitad de los



propietarios y prefieren la convivencia porque consideran una oportunidad de compartir o un paso previo al matrimonio antes de asumir un compromiso más formal y legal, lo que es contraproducente a la formalización de sus negocios, seguido de un 25% de Casados lo que muestra que un tercio es formal ante las leyes, 17% son solteros y un bajo 8% están divorciados por algún motivo. El 100% en su totalidad afirman que son formales y están en regla con toda su documentación al día, lo que representa un mayor número de oportunidades tanto laborales como de negocios con otras entidades públicas y privadas, lo que les garantiza un crecimiento paulatino. La mitad de los propietarios de la Mypes estudiadas afirman o creen tener como beneficio de la formalización el acceso al crédito financiero y lo que les abre nuevas oportunidades de inversión en su rubro, un menor 33.3% afirma tener aumento en sus ventas por ser formales ya que pueden entregar comprobantes de pago a sus clientes y un reducido 16.7% considera que la formalización les abre la oportunidad de licitar con el estado y de esta manera aumentar su capital social y participar en ligas mayores. El 83.3% que si recibió asesoría comercial para formalizarse y un menor número del 16.7% lo hizo por cuenta propia o por asesoría de algún familiar o amigo. Cuando se les pregunto si la formalización aumentaría sus costos laborales ellos afirmaron según, un 66.7% dice que, si les acarrea algún costo adicional, ya que afirman que tienen que pagar impuestos que no lo hacían anteriormente y beneficios laborales a sus colaboradores, otro grupo dice que no les genera ningún costo adicional lo que representa el 33.3%. La muestra considera en un 83.3% que la formalización contribuye a la expansión en la comercialización del producto de su empresa porque les abre nuevas oportunidades empresariales con más instituciones públicas y privadas, mientras que un 16.7% considera que la

formalización no contribuye en las ventas. El producto que comercializa es fabricado mediante procesos estandarizados de producción, la muestra afirma en su totalidad al 100% que si son fabricados de ese modo, lo que garantiza la calidad de sus productos comercializados. Sobre la normativa ISO de certificación a la calidad afirma que el 41.7% de la muestra, si conoce esta norma de calidad, mientras que un mayoritario 58.3% de propietarios de las Mypes lo desconoce en su totalidad o no sabía que existía. Los propietarios de las Mypes en un 41.7% afirman utilizar las redes sociales como aliado para su pre y postventa mientras que un alarmante 58.3% afirman no utilizar las redes sociales como aliado a sus ventas, esto se debe a que desconocen el potencial de las TIC como herramientas estratégicas en los negocios, debido a la poca información que ellos cuentan o al grado de instrucción educativa que tienen, lo que sería bueno trabajar en esa área con las Mypes, para lograr despegarlas hacia el éxito empresarial. Sobre la capacitación al personal que labora si cuentan con capacitaciones dirigidas hacia sus colaboradores con una frecuencia de 5 veces al año en los 3 últimos años, es decir capacitan aproximadamente cada 2 meses, lo que demuestra un gran interés en mejorar la calidad de atención a los clientes con la finalidad de maximizar sus ganancias, en lo que va del año 2016 afirman haber capacitado 2 veces. Los propietarios de las Mypes afirman que si actualizan los modelos de sus productos que comercializan según los gustos y preferencias de sus clientes, donde se aprecia un 83.3% y otro número de propietarios que suman un 16.7% que no lo hacen porque no lo consideran importante. Una gran parte de los representantes de las Mypes afirma evaluar el nivel de satisfacción de sus clientes basándose solamente en la comercialización, esto se

refleja en un 66.7% y otro menor número de comerciantes 33.3% afirman no evaluar de esta manera la satisfacción de sus clientes.

Se concluye: Que la mayoría de los representantes legales o propietarios de las MYPES del sector comercio - rubro zapaterías de la ciudad de Tarapoto, año 2016, son de edad promedio comprendida entre los 36 y 50 años de edad. La gran mayoría de propietarios de las MYPES son de sexo masculino, lo que llama mucho la atención, ya que psicológicamente y por estadísticas mundiales son las mujeres las que consumen más calzados que los varones y se pensaría que este rubro estaría predominado por ellas al ser ellas las que tienen más conocimientos y detalles de gustos y colores, lo cual no se refleja en el estudio realizado. A esto se suma que los propietarios de las MYPES en un alarmante 25% sólo cuentan con instrucción primaria.

Se concluye que el total de las Mypes estudiadas del sector comercio - rubro zapaterías de la ciudad de Tarapoto – Provincia de San Martín, período 2016, están formalizadas en su totalidad, obteniendo muchos beneficios que la ley y el estado les otorga, a esto se suma la ventaja competitiva que pueden tener frente a los no formalizados en el mismo rubro, cabe destacar que tienen como beneficio de la formalización el acceso al crédito financiero y lo que les abrirá nuevas puertas y oportunidades de inversión en el mercado nacional e internacional; También la oportunidad de poder licitar con el estado u otras entidades privadas que les permita aumentar su capital social y participar en ligas mayores y ser competitivos con el pasar del tiempo. El estado y la empresa privada deben seguir apoyando a este sector importante de comercio y producción que son las Mypes, ya que representan un gran número de puestos de empleo en nuestro país, y tratar de convertir estas Mypes en

medianas empresas para así seguir contribuyendo al desarrollo sostenible de nuestro país, brindándoles más beneficios en su sector. Los productos comercializados por las MYPES en la ciudad de Tarapoto rubro zapatería según el estudio nos revela que si cuentan con procesos estandarizados de calidad, lo que garantiza que los clientes estén satisfechos con los productos adquiridos y apuesten más por las marcas nacionales, lo que significa un incremento en la producción nacional y esto se verá reflejado en el PBI nacional. Nuestras MYPES están tomando conciencia que cada vez más deben tener o contar con hojas de ruta como documentos de gestión ya sean un plan de trabajo, plan estratégico o investigación de mercado y esto se refleja en el presente estudio realizado, donde el 66.6% de la muestra lo pone en práctica y lo aplica a su negocio, esto se verá reflejado en el incremento de sus ventas, también les permitirá predecir el futuro y a su vez tomar decisiones concretas y correctas referentes a sus planes de inversión y expansión. Cabe recalcar que el uso de estas herramientas de gestión les permite trabajar más organizadamente y poco a poco ir ingresando al mundo profesional de la administración propiamente dicha, recordando que las MYPES estudiadas en su mayoría sólo cuentan con grado de instrucción secundaria y primaria. Sobre la pre y postventa podemos concluir que el sector MYPES, según la muestra estudiada, que sí, están tomando en serio no sólo la venta en sí, también la pre venta y la post venta, que consideramos mucho más importante que la venta, ya que las estadísticas demuestran que un cliente insatisfecho son 10 clientes menos y por ende pérdida de rentabilidad del negocio. Este sector está utilizando las redes sociales como aliado estratégico de negocios, ya que mediante este medio está alcanzando más clientes dentro y fuera de su localidad, esto se ve reflejado en su incremento de ventas y rentabilidad de su negocio. No sólo podemos

decir que un negocio está bien por el incremento en sus ventas si esto no está ligado a la capacitación de los colaboradores, en este rubro zapatería, los representantes de las MYPES estudiadas invierte en este concepto hasta 5 veces al año, siendo favorable para su negocio, el único talón de Aquiles sería que sus colaboradores los abandonen debido al bajo salario que ofrecen estas empresas en su mayoría o las pocas condiciones de comodidad que ofrecen a sus colaboradores.

Bacca (2018) en su trabajo de investigación denomina, *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*. Tuvo el siguiente problema; ¿El conocimiento de aspectos de gestión de calidad en los empresarios determinará un mejor enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro venta de calzado deportivo del distrito de Iquitos? Se planteó el siguiente objetivo general, y los siguientes objetivos específicos; Determinar si los microempresarios de las mypes del sector comercial, rubro venta de calzado deportivo del distrito de Iquitos, administran con prácticas de gestión de calidad. Determinar si las mypes del sector comercial, rubro venta de calzado deportivo del distrito de Iquitos, tienen diseñado un plan o modelo de atención al cliente, e Identificar si los microempresarios de las mypes del sector comercial, rubro venta de calzado deportivo del distrito de Iquitos, tienen interés en la capacitación de su personal para brindar un mejor servicio al cliente. La investigación tuvo un diseño no experimental, su tipo de investigación es cuantitativa y su nivel descriptivo, a la vez su población es de 15 mypes y su muestra es del 100%, a la vez el instrumento que utilizó fue mediante una encuesta.

Se obtienen los siguientes resultados: Son mypes que están dirigidas en su mayoría por jóvenes-adultos, con participación en mayor número de varones (73,3%). Asimismo, el 46,7% no tienen instrucción académica, pero si hay presencia de microempresarios que tienen grado universitario (20,0%). Ellos muestran mayor apertura a prácticas de calidad, que resultan en una mejor gestión y posicionamiento. La información que se obtuvo fue que están formalizados, pero un sector carece de algunos permisos que pueden ser subsanados (13,3%). Como en toda localidad y sector, los clientes no gozan de efectivo y las mypes que desean seguir vendiendo, brindan crédito a fines de mes a los trabajadores de entidades privadas y estatales, por eso a ellos les beneficia la formalización: “acceso al crédito bancario” y 40,0% en “Relación con empresas del mercado”. Otra característica, es la presencia de mypes nuevas en el rubro: “de 1 a 3 años” representan el 46,7% y emplean entre “1 a 4 trabajadores”. En algunas, existe la cultura de no emplear adecuadamente a su fuerza laboral: es decir no registrar en planilla. Podría ser una debilidad y convertirse en efecto “bumerán” que se refleja en el desempeño laboral. Según la investigación, 73,3% no aplica prácticas de gestión de calidad, en parte por desconocimiento de los beneficios empresariales a futuro. Siendo así, carecen de misión y visión (80,0%), estrategias tan importantes para integrar a la organización. Con el trabajo de campo y las encuestas, se observó también que las mypes del rubro de venta de calzado deportivo cuenta con instalaciones que acogen al cliente (60,0%). Para otras mypes (40,0%) no es una fortaleza, los locales son alquilados y son improvisados, imagen que no atrae al cliente. En el análisis de la investigación a las mypes en estudio, se puede deducir que no existe un plan enfocado en el cliente. Por eso, en las encuestas

se recoge información que evidencia esta debilidad. Por ejemplo, el 73,3% no realizan capacitaciones de ningún tipo.

Sin embargo, la gerencia de las mypes, toma medidas inmediatistas y de corto plazo, como es el “protocolo de atención al cliente”, el cual es más un estribillo que acción táctica de atención a una estrategia de servicio. Otro hallazgo muy serio es que el 66,7% de las mypes, “No” considera importante atender los reclamos y sugerencias de los clientes. Los propietarios de las mypes son muy incisivos con su personal de ventas, en el sentido de evaluarlos a fin de evitar contingencias con los clientes a nivel post venta. No existe interés en tomar conocimiento si el cliente quedó satisfecho (73,3%).

Se llegó a la siguiente conclusión; 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 (prioritario), 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.

Neciosup (2014) en su trabajo de investigación denomina, *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura, rubro fabricación de calzado en el distrito el porvenir, provincia de Trujillo – 2014*. Tuvo el siguiente problema; ¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad en la Formalización en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Manufactura - ¿rubro Fabricación de Calzados en el Distrito El Porvenir, Provincia de Trujillo - 2014? Se planteó el siguiente objetivo general, Determinar las características de la Gestión de Calidad y la Formalización en las Micro y Pequeñas Empresas del sector manufactura – rubro Fabricación de Calzados en el Distrito El Porvenir, Provincia de Trujillo y los siguientes específicos; Caracterizar la gestión de calidad de las Mypes del sector manufactura – rubro Fabricación de Calzados en el Distrito El Porvenir, Caracterizar la formalización de las Mypes del sector manufactura – rubro fabricación de calzado en el Distrito El Porvenir. La investigación tiene un diseño no experimental, cuenta con un nivel descriptivo y su tipo de investigación es aplicada. A la vez cuenta con una población de 95 mypes y su muestra es de 42 mypes encuestadas.

Se obtuvieron los siguientes resultados: Gestión de Calidad, que la mayoría de microempresas del rubro calzado del Distrito de El Porvenir son gestionadas por profesionales dando como consecuencia una gestión de calidad muy aceptable que ha dado como resultado el incremento de la rentabilidad gracias a la mayor productividad generada por los colaboradores, (trabajadores de cada MYPE). La calidad del producto ha sido observada por el autor de la presente Tesis y consultada en entrevistas obtenidas con mayoristas y minoristas; la materia prima e insumos de calzado que se fabrica en el Porvenir tiene una buena aceptación en el mercado



nacional sobre todo en lima y en el mercado internacional, porque se exporta al Ecuador y Colombia. Según se ha observado también en las visitas hechas y en las conversaciones efectuadas con consumidores finales como policías, choferes, profesores, etc.

**La Competitividad:** Los productos fabricados, calzados de las Mypes de El Distrito El Porvenir son altamente competitivos no solamente por su calidad y precio, duración etc. sino porque son muy cómodos para caminar y por cuanto su confección es semi industrializado; es decir que el cocido del cuero con la suela y/u otro material generalmente es a mano.

**Comercialización:** Los fabricantes de calzado del Distrito El Porvenir venden sus productos por mayor; es decir le vende a comerciantes instalados en los diferentes mercados y zapaterías del país y del extranjero pero al por mayor, utilizando canales de distribución directamente del productor al mayorista, el mayorista al minorista y este al consumidor final.

**Formalización:** La mayoría de empresas del sector manufacturero, fabricación del calzado se han iniciado siendo informales, pero debido a una buena gestión sobre todo en la logística 33%, planificación 17%, capacitación informática 15% han determinado gestionar con instrumentos de planificación técnicamente elaborados.

Se llegó a la siguiente conclusión; La Gestión de Calidad y la Formalización de las Microempresas de Calzado del Distrito El provenir, han logrado el desarrollo sostenido de sus empresas, La Gestión de Calidad de las Mypes de Calzados del Distrito El Porvenir se sustenta en sus recursos humanos especializados, en la buena organización, gestión estratégica y una planificación técnicamente formulada, Los

insumos y recursos, materia prima y activos fijos que utilizan en el proceso productivo para la fabricación de calzados son de calidad. Existe una demanda insatisfecha por parte de mercado interno de los diferentes tipos de calzado que se fabrican en las Mypes del Distrito El Porvenir.

Acosta (2017) en su trabajo de investigación denominada: *Gestión de calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016*. Obtuvo el siguiente problema; ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, se plantió los siguientes objetivos; Determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016, Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016, Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016 y Determinar las principales características de una gestión de calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016. La presente investigación cuenta con un diseño no experimental – transversal – descriptivo. Su población es de 14 micro y pequeñas empresas y su muestra es un 100% de la población.

Se obtuvieron los siguientes resultados: El 71,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años de edad, al género de los

representantes el 64,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son mujeres, esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 en estos últimos años son las mujeres las que están al frente de estos negocios, ya que años atrás los hombres eran los que tenían el control de estas; del cual indica que hoy en día las mujeres también están sobre saliendo. Con respecto al grado de instrucción de los representantes: El 42,8% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen secundaria, esto demuestra que los representantes de las MYPES del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 que a pesar que solo tienen secundaria completa en su mayoría pueden llevar el control de un negocio y hacerlos que permanezcan en el mercado, pero sería recomendable que se preparen más para poder hacerlos crecer cada día. Con respecto al cargo que desempeñan los representantes: El 85,7% de los representantes son administradores, mientras que el 14,3% son los dueños quienes están al frente del negocio. Esto demuestra que los representantes de las MYPES del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 no son los dueños de estas MYPES, del cual mayormente son personas cercanas, por el tiempo de trabajo o experiencia en el rubro, esto permitirá que el negocio no presente problemas al monto que el dueño está ausente, ya que dicho administrador también atiende a los problemas que se presentan en ese momento buscándolo soluciones inmediatas. Con respecto al tiempo que desempeñan en el cargo los representantes: El 50,0% de los representantes tienen 4 a 6 años, esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 son personas con mucha experiencia en dicho rubro, pero según los resultados anteriores podemos

deducir que hoy en día su permanencia en dichas empresas es menos ya sea por buscar mejores oportunidades laborales u otros motivos que se desconocen. Con respecto al tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro: El 57,1% tienen de 7 años a más, esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 permanecen en el mercado en su gran mayoría, y cada día son menos las que desaparecen en su poco tiempo de su creación; del cual cabe deducir que la administración de los negocios se está llevando mejor y tienen ganas de seguir creciendo. Con respecto a la formalidad de la MYPE: El 85,7% de las Micro y pequeñas empresas son formales, esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, sí están cumpliendo en su mayoría con los requisitos laborales, del cual permitirá que se puedan abrir más posibilidades al mercado y seguir creciendo en ello. Con respecto al número de trabajadores de la MYPES: El 57,1% de las MYPES tienen de 6 a 10 trabajadores, mientras que el 28,6% de las MYPES tienen 1 a 5 trabajadores. Esto demuestra que las MYPES del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 están adquiriendo más personal para que labore en sus negocios, del cual podemos deducir que estos negocios están creciendo y necesitan más apoyo para atender a sus clientes y estos se sientan a gusto. Con respecto a las personas que trabajan en la MYPES: El 64,3% son personas no familiares, mientras que el 35,7% son personas familiares. Esto demuestra que las MYPES del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 adquieren más personas no familiares, del cual podría ser por motivos de salarios o se presenten ciertos conflictos, del que no beneficiara en nada a la MYPE, y es por ello que prefieren personas particulares. Con respecto al objetivo de la creación de la

MYPE: El 78,6% se creó con el objetivo de generar ganancias, esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 actualmente se están formando con el objetivo de tener ganancias y seguir creciendo poco a poco, del cual es importante ya que les permitirá ir adaptándose a los nuevos cambios y sobre todo ser personas emprendedoras con ganas de ir surgiendo. Con respecto a la pregunta ¿Conoce el termino gestión de calidad?: El 57,1% de los representantes respondieron que tienen cierto conociendo, mientras que el 28,6% de los representantes respondieron que sí tienen conocimiento. Esto demuestra que los representantes de las MYPES del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 aún no conocen con exactitud sobre lo que significa termino de gestión de calidad, del cual es muy importante como personas emprendedoras conocerlo ya que les permitirá aplicarlo de manera correcta en sus negocios. Con respecto a la pregunta ¿Qué técnicas modernas de gestión de calidad conoce?: El 42,8% de los representantes respondieron que conocen las 5 s, mientras que el 28,6% de los representantes respondieron que conocen el benchmarking. Esto demuestra que los representantes de las MYPES del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 conocen más la técnica de las 5 s, del cual es importante que lo conozcan y sobre todo que lo apliquen ya que va a contribuir que sus negocios sigan creciendo como lo desean, asimismo les permitirá llevar un mejor control de sus productos. Con respecto a la pregunta ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce: El 57,1% de los representantes respondieron que conocen la técnica de la observación, mientras que el 28,6 de los representantes respondieron que conocen la técnica de la evaluación. Con respecto a la pregunta ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?:

El 100% en su totalidad de los representantes respondieron que sí contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento de dicho negocio, esto demuestra que los representantes de las MYPES del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 si están convencidos sobre la importancia que tiene al aplicar una gestión de calidad en un negocio, del cual es importante para que ellos puedan ya ir poniéndolo en práctica y su negocio pueda mejorar. Con respecto a la pregunta ¿La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización?: El 71,4% de los representantes respondieron que sí, mientras que el 28,6% de los representantes respondieron que no. Esto demuestra que los representantes de las MYPES del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 en su gran mayoría sí están convencidos que la gestión de calidad es un soporte muy esencial para las MYPES, ya que gracias a ella se podrá tener mejores resultados en un determinado tiempo y sobre todo ser una empresa competitiva dentro del mercado. Con respecto a la pregunta ¿Recibe capacitación para atención al cliente?: El 57,1% de los representantes respondieron que sí reciben capacitaciones para atención al cliente, esto demuestra que los representantes de las MYPES del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 si están debidamente capacitados, del cual es importante ya que actualmente los mismos avances tecnológicos hace que todos vayan capacitándose y preparándose a menudo para enfrentarse a los desafíos y las exigencias del público. Con respecto a la pregunta ¿cuantas veces al año recibe capacitaciones?: El 50,0% de los representantes respondieron que solo 3 veces al año, esto demuestra que los representantes de las MYPES del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 actualmente están teniendo más capacitación que antes, del cual

deben tener aún más capacitaciones seguidas ya que les ayudara a mejorar en su rendimiento y tener un cliente más satisfecho. Con respecto a la pregunta ¿Cree usted que se deberían dar más capacitaciones en el rubro en el cual labora?: El 57,1% de los representantes respondieron que sí se debería dar más capacitaciones, esto demuestra que los representantes de las MYPES del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 en su mayoría tienen ganas de seguir aprendiendo y sobre todo les permitirá ir creciendo laboralmente para ser mejor compensados salarialmente ya sea en la misma empresa o cuando deseen trabajar en otra similar. Con respecto a la pregunta ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda?: El 50,0% de los representantes respondieron que sí, mientras que el 28,6% de los representantes respondieron que no. Esto demuestra que los representantes de las MYPES del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 ya están empezando aplicar la gestión de calidad en su servicio que brinda, del cual es muy importante que cada empresa vaya mejorando y aplicado ciertas herramientas para poder ser exitosa y reconocida en el mercado. Con respecto a la pregunta ¿Cree usted que la empresa es eficiente cuando atienden y dan solución a los reclamos de los clientes?: El 100% en su totalidad de los representantes respondieron que sí. Esto demuestra que los representantes de las MYPES del sector comercio rubro zapaterías, en el centro de Chimbote, 2016 su principal eje es el cliente, ya que sí el cliente cumple con todas sus necesidades adquiridas y se siente satisfecho al momento de visitar al negocio esta podrá regresar y recomendar a más personas; es decir los clientes irán aumentado y sobre todos ser fijos; sin la necesidad de ir a otro negocio.

Se llegó a la siguiente conclusión: El 71,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016 tienen de 31 a 50 años de edad, el 64,3% son dirigidas por mujeres, el 42,8% tienen grado de instrucción secundaria, el 85,7% desempeñan el cargo de administradores y el 50% desempeñan en el cargo de 4 a 6 años. El 57,1% de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016 tienen de permanencia en el rubro de 7 años a más y tienen de 6 a 10 trabajadores, el 85,7% son formales, el 64,3% que trabajan en la MYPE son personas no familiares y el 78,6% se crearon con el objetivo de generar ganancias. El 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016 respondieron que tienen cierto conocimiento sobre el término gestión de calidad, el 42,8% conocen la técnica moderna de gestión de calidad de las 5s, el 57,1% conocen la técnica para medir el rendimiento del personal mediante la observación, el 100% respondieron que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 71,4% respondieron que la gestión de calidad sí ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización. El 57,1% de los representantes sí reciben capacitación para atención al cliente, el 50% reciben capacitaciones 3 veces al año, el 57,1% sí creen que deberían dar más capacitaciones en el rubro en el cual laboran, el 50% sí aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan y el 100% sí creen que la empresa es eficiente cuando atiende y dan solución a los reclamos de los clientes.



Prudencio (2015) en su trabajo de investigación titulado: *Caracterización de la Gestión de calidad bajo el enfoque de la lealtad del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de calzados - Huaraz, 2014.* Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la lealtad del cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de calzados de Huaraz en el 2014 y se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir la fidelidad del cliente en el ámbito de los servicios en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de calzados y Determinar la medición de la fidelidad del cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de calzados de Huaraz en el 2014. La investigación fue de diseño descriptivo – no experimental – transversal, por lo cual utilizo una población estuvo conformada por clientes de las mypes y su muestra es de 39 clientes. De tal manera utilizo un instrumento de encuestas.

Se obtuvieron los siguientes resultados: El 35.39% manifestaron tener de 29 a 29 años de edad, seguido por el 30.8% con una edad de 40 a 49 años, también el 25.6% de 30 a 39 años de edad y el 7.7% de 50 años a más. se observa que el 61.5% son de sexo femenino y un 38.5% de sexo masculino. El 48.7% manifestaron tener un grado de instrucción superior universitaria, seguido por el 41% con superior no universitaria; seguido por el 7.7% con educación secundaria y el 2.6% con educación primaria. El 35.9% estuvieron de acuerdo sobre el brindar información en relación a aspectos positivos de la zapatería a otras personas; seguido por el 20.5% que optaron por la posición neutral; el 15.4% estuvieron medianamente de acuerdo, el 12.8% estuvieron fuertemente de acuerdo, el 7.7% en desacuerdo, el 5.1% medianamente en desacuerdo y el 2.6% fuertemente en desacuerdo. El 38.5% estuvieron de acuerdo en

animar a sus amigos y familiares a hacer operaciones con la zapatería; seguido por el 28.2% medianamente de acuerdo, 25.6% fuertemente de acuerdo, el 2.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, otro 2.6% en desacuerdo y el 2.6% medianamente en desacuerdo. El 33.3% estuvieron medianamente de acuerdo en seguir la recomendación de la zapatería para la compra del producto; seguido por el 23.1% que se observa fuertemente de acuerdo, el 20.5% de acuerdo, el 7.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, otro 7.7% en desacuerdo, el 5.1% medianamente en desacuerdo y el 2.6% fuertemente en desacuerdo. El 28.2% están de acuerdo con la realización de más operaciones con la zapatería en los próximos años, seguido por el 25.6% que están fuertemente de acuerdo, el 23.1% medianamente de acuerdo, el 15.4% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 5.1% en desacuerdo y el 2.6% medianamente en desacuerdo. El 28.2% están de acuerdo con la realización de más operaciones con la zapatería en los próximos años, seguido por el 25.6% que están fuertemente de acuerdo, el 23.1% medianamente de acuerdo, el 15.4% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 5.1% en desacuerdo y el 2.6% medianamente en desacuerdo. El 30.8% estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo en considerar la posibilidad de realizar algunas operaciones en otras zapaterías que ofrezcan mejores precios, seguido por el 20.5% que manifestaron medianamente de acuerdo, el 17.9% que estuvieron de acuerdo, el 12.8% en desacuerdo, el 10.3% fuertemente en desacuerdo el 5.1% que expresaron medianamente en desacuerdo y el 2.6% fuertemente de acuerdo. El 38.5% manifestaron estar fuertemente de acuerdo a ser fieles con la zapatería de su preferencia, seguido por el 28.2% que estuvieron de acuerdo, seguido por el 20.5% dicen medianamente de acuerdo, el 5.1% expresaron ni de acuerdo ni en desacuerdo, otro 5.1% en desacuerdo y el 2.6% medianamente en desacuerdo. El

41% están de acuerdo pagar precio más alto que en otras zapaterías, seguido por el 20.5% medianamente de acuerdo, el 10.3% fuertemente de acuerdo, otro 10.3% medianamente en desacuerdo, el 7.5% en desacuerdo, el 5.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, otro el 5.1% fuertemente en desacuerdo. El 33.3% estuvieron de acuerdo con cambiar su fidelización en caso de haber problemas con la zapatería, seguido por el 25.6% que expresaron fuertemente de acuerdo, el 23.1% medianamente de acuerdo, el 10.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 5.1% medianamente en desacuerdo y el 2.6% en desacuerdo. El 33.3% afirmaron estar fuertemente de acuerdo en hacer un reclamo a otras entidades como la asociación de consumidores si tuviera problemas, el 28.2% expresaron medianamente de acuerdo, el 25.6% estuvieron de acuerdo, el 7.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2.6% en desacuerdo y otro 2.6% medianamente en desacuerdo. El 46.4% expresaron fuertemente de acuerdo de hacer un reclamo al administrador o dueño en caso de tener problemas, seguido por el 28.2% que manifestaron medianamente de acuerdo, el 12.8% expresaron estar de acuerdo, el 5.1% dicen estar medianamente en desacuerdo, el 2.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2.6% en desacuerdo y el 2.6% fuertemente en desacuerdo.

Se llegó a la siguiente conclusión: Las características de la lealtad del cliente en las micro y pequeñas empresas, es la parte fundamental de la investigación entendida como la satisfacción plena de necesidades y expectativas del cliente, fundamental en las micro y pequeñas empresas que quieren determinar su visión y obtener una posición reconocida y trascendente en el tiempo y en el espacio. En cuanto a las características de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro zapaterías en el distrito de Huaraz 2015 son mujeres, casadas

con estudios superiores lo que nos permite concluir que es este el grupo de personas que en particular utilizan los servicios de las zapaterías. Además, estos clientes perciben algún alto grado de diferencia respecto a la fidelidad que tienen hacia las zapaterías en que mantendrían su preferencia, aunque haya alzas de precios y no recomendarían mal a otras personas en casos de que tendrían problemas, a diferencia que reclamarían a la asociación de consumidores y/o presentarían su reclamo al dueño o administrador. Respecto a la fidelidad del cliente podemos concluir que las clientes de las zapaterías son fieles al negocio y no cambiarían a otro negocio aún le ofrecieran mejores precios, aún si tuvieran algún problema con el servicio, resultados que muestran que existe un alto componente de calidad del servicio y del producto en este rubro empresarial.

Rojas (2014) en su trabajo de investigación titulado: *Gestión de Calidad y formalización de las Mypes del sector industrial rubro fabricación de calzado del distrito de alto Trujillo –año 2013*. Tuvo como objetivo general: Describir principales características de la gestión de calidad y formalización de las mypes del sector industrial rubro fabricación de calzado del distrito de alto Trujillo –año 2013 y se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir los principales criterios de organización con respecto a la gestión de calidad de las Mypes del sector industrial, rubro fabricación calzado del distrito de alto Trujillo, año 2013 y Describir las principales características formalización de las Mypes del sector industrial, rubro fabricación calzado del distrito de alto Trujillo, año 2013. La investigación fue de diseño no experimental – descriptivo – cuantitativo y cualitativo, por lo cual utilizo una población de 10 Mypes y su muestra es el total de la población, de tal manera utilizo un instrumento de encuestas.

Se obtuvo los siguientes resultados: Un 90% son del sexo masculino y el 10% son sexo femenino, 20% de los dueños de las mypes tienen entre 25-30 años 15% de los dueños de las mypes 30-35 años, el 40% de los dueños de las mypes tienen entre 35-40 años 10% de los dueños tienen entre 40-45 años de edad, 15% de los dueños tienen entre 45 a más años, 20% de los propietarios de las mypes son soltero, 10% de los propietarios son casados 20% de los propietarios divorciados 50% son conviviente, 30% de propietarios solo tienen primaria completa, mientras 30% solo tienen secundaria completa ,25% de los propietarios tienen superior universitaria completa, mientras tanto 15% aun no concluido sus estudios superior por motivos de dinero, el 90% de los encuestados conocen el proceso con la gestión de calidad 10% no conocen proceso de gestión de calidad, 60 % mypes adquieren de las cajas municipales por son más rapidez obtener un crédito 30% mypes adquieren del banco por sus tasas son más bajas 10% adquieren por terceros, 30% de la mypes encuestadas consideran tener mejor rentabilidad, mientras 70% consideran ser más conocidas en el mercado, 20% de los encuestados solo lo capacitan (una vez al año) 5% de los trabajadores solo capacitan (una vez a los 3 meses) 15% solo capacitan (una vez al mes) 60% nunca lo capacitan, el 80% de las mypes encuestadas son formales y el 20% son informales.

Se llegó a la siguiente conclusión: El 30% de microempresas que dirigen a las mypes solo cuenta con secundaria completa lo que nos permite realizar una buena planificación y gestión empresarial dado importancia al desarrollo producción. En cuanto al factor de producción existe un alto crecimiento en sector calzado del distrito de alto Trujillo 50% de las mypes produce mensualmente de 50 a 200 pares de calzado. Al identificar el factor maquinaria y equipo se determina que solo 50%

de las mypes cuenta con más de 4 maquinarias para llevar a cabo el proceso productivo de la elaboración del calzado. Al determinar la productividad de las mypes de calzado del distrito de Alto Trujillo se concluye que la mayor productividad que logran los microempresarios en la relación al precio de venta y los costos incurridos por cada docena de pares de calzado. En el Sector Calzado, existe una que expresa que está demostrando que con una buena gestión de su gerencia general y de toda la organización, desde una pequeña empresa, se puede producir calzado de calidad, a precios competitivos, con la consiguiente aceptación del público usuario. La industria del calzado en el Perú tuvo en la época de los años 70, un notable desarrollo, convirtiéndose en un eje principal en la generación de puestos de trabajo, sin embargo, por razones de competencia desleal derivado del contrabando, muchas empresas, pese a los esfuerzos realizados por las empresas y el Estado, aún se mantiene vigente. Como consecuencia de la crisis existente, muchos trabajadores desplazados en función a su experiencia y habilidad artesanal en la confección de calzado, constituyeron pequeñas y microempresas, la mayoría de las cuales operan de manera informal, constituyendo organizaciones familiares creadas como una alternativa al desempleo. Las Mypes son actualmente empresas de gran trascendencia dentro de nuestro mercado empresarial, puesto que son las que más producen y las que más empleos genera, a razón de que los empleadores obtienen mayores y mejores beneficios por acogerse a este sistema especial, y a los trabajadores les permite acceder a dichos centros sin contar con grandes carreras o preparaciones profesionales, puesto que la mano de obra en su mayoría es artesanal.

## **2.2. Marco teórico**

Este trabajo de investigación se ha centrado en la atención al cliente como base fundamental hemos podido recolectar definiciones acerca de esta variable, con la finalidad de tener en cuenta, lo importante que es una buena atención al cliente y así la empresa pueda surgir y llegar al éxito.

### **➤ Mypes**

Las Mypes juega un papel muy importante en la economía de nuestro país debido a que las Mypes generan empleo para la comunidad, es por eso que hoy en día la estabilidad económica del país depende de todas las organizaciones, finalmente las Mypes al buscar estos ingresos económicos ellos se basan en brindar un buen producto a sus consumidores de acuerdo a sus necesidades del consumidor y así pueda adquirir rápidamente su producto sin ningún inconveniente (Sánchez, 2006).

Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT, 2008) “Las micro y pequeñas empresas son caracterizadas por sus ventas, las cuales en las micro empresas no deben sobrepasar sus ventas anuales a 150 UIT y las pequeñas empresas no deber sobre pasar sus ventas anuales a 1,700 UIT”.

Las Mypes están conformadas por personas natural y jurídicas, todas las Mypes tienen un mismo propósito y un mismo objetivo con la finalidad que estas logren el éxito y obtengan una buena economía en el país y en su mismo entorno laboral, teniendo en cuenta las necesidades y calidad de su

consumidor, finalmente puedan lograr una buena acogida del público en general manteniéndose en el mercado.

### ➤ **Calidad**

Se busca satisfacer las necesidades y seguridad del consumidor al momento de adquirir el producto, es por eso que toda organización busca siempre mejorar la fabricación del producto para que así el cliente pueda consumir más frecuente ese producto que la empresa brinda y puedan convertirse en un cliente fiel (Cuatrecasas, 2012).

### ➤ **Gestión de calidad**

La gestión de calidad es el punto principal de toda organización porque permite identificar, planificar, controlar y organizar las funciones de cada empresa con el fin de proporcionar un buen producto o servicio a nuestros clientes (Anónimo, 2013) nos dice que existen principios de gestión de calidad.

**Enfoque al cliente:** Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deben entender sus necesidades actuales y futuras, cumplir con los requerimientos del cliente y tratar de, no solo alcanzar, sino exceder sus expectativas.

**Liderazgo:** Los líderes crean el ambiente en el cual las personas pueden involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

**Implicación de todo el personal:** Las personas, a todos los niveles, son la esencia de una organización y su total implicación permite que utilicen sus habilidades en beneficio de esta.

**Enfoque de sistema a la gestión:** Identificando, entendiendo y manejando un sistema como procesos interrelacionados para lograr un



objetivo dado, se contribuye a la efectividad y eficiencia de la organización.

**La toma de decisiones:** Las decisiones efectivas se basan en un análisis lógico e intuitivo de datos e información.

**Relación de mutuo beneficio con proveedores:** La habilidad de la organización y sus proveedores que vienen hacer socios más para la organización con el fin de incrementar sus recursos a la empresa (p. 01)

Para llevar a cabo una buena organización es importante implementar lo que es gestión de calidad el cual está formado por el ISO 9001, que significa organización internacional de estandarización, estas normas permiten asegurar la calidad de la empresa.

#### ➤ **Control de la calidad**

Es la aplicación de técnicas, programas y herramientas que utiliza la empresa con el fin de mejorar la calidad de sus productos o servicios, detectando sus errores ya sea en el diseño o en la elaboración del producto. Y así se le puede hacer más fácil al consumidor al momento de elegir el producto de acuerdo a su necesidad (Maseda, 1988).

#### ➤ **Atención al cliente**

De acuerdo a la atención al cliente, se basa en tener una buena interacción entre los consumidores, con la finalidad que la organización obtenga las metas obtenidas y pueda ser competitivo en el mercado, ya que también la atención se basa en aplicar un buen marketing ya sea en producto o servicio con el propósito de brindar una buena atención al público y a la vez crear buenas estrategias empezando, desde el gerente hasta los trabajadores.

No solo se trata de hacer un buen producto, si no también brindar un buen servicio en lo cual podamos interactuar y animar a los consumidores que el producto es de buena calidad, a la vez el producto siempre va de la mano con la buena atención al consumidor y así podremos lograr el éxito de la organización (Díaz, 2014).

➤ **Cliente**

Los clientes es la base fundamental de toda organización, porque es el eje principal de todas las actividades de la empresa, en la cual se desempeñe de una manera eficiente y así pueda obtener la meta indicada de la organización, por lo tanto, es necesario establecer un sistema relacionado hacia el logro de los objetivos definidos en el plan de marketing (Blanco y Lobato, 2013).

➤ **Faces de la atención al cliente**

Mediante estas faces nos conlleva a relaizar un buen trato con nuestro cliente y asi pueda dquirir el producto de una manera muy factible.

Cogida, se basa en el trato que la empresa brinda al cliente al momento que ingresa, esto le permite al cliente sentirse cómodo hasta que sea atendido satisfactoriamente.

Seguimiento, se basa en tener una comunicación breve con el cliente y explicarles sobre el producto que la empresa ofrece, con la finalidad que el cliente no se aburra y así pueda esperar hasta ser atendido por la persona indicada.

Gestión, se trata en atender las necesidades que el cliente desea adquirir, es por eso que la persona asignada hacia ese cliente debe escuchar las dudas que el cliente tiene y así pueda adquirir el producto sin ningún problema.

Despedida, en este punto se finaliza la entrevista entre el consumidor y el proveedor, siempre y cuando el proveedor le haya resuelto todas sus dudas al cliente y este se sienta satisfecho al momento de retirarse (Tarodo, 2014).

➤ **Servicio al cliente**

Conjunto de actividades que toda organización elabora para que así los clientes puedan adquirir los productos de acuerdo a sus necesidades y a su economía. (Blanco y Lobato 2013). Afirma:

Que el servicio al cliente es un conjunto de actividades que una organización ofrece, con la finalidad de que el cliente obtenga los productos necesarios para la satisfacción de sus necesidades, indicando en el lugar y en el momento indica que quieren adquirir dependiendo de su necesidad (p. 195)

Es por eso que el servicio al cliente es una herramienta fundamental e importante para una buena estrategia de marketing, ya que esto ayuda al empresario a contribuir los objetivos propuesto por el área de marketing.

➤ **El servicio postventa**

El servicio de posventa es primordial para las organizaciones porque, nos permite tener clientes fieles y a la vez tener clientes nuevos ya que esto se da mediante la buena atención que brinda la organización al cliente después de haber realizado la compra, esto se da mediante las diversas estrategias que implementa cada empresa (Blanco y Lobato, 2013).

➤ **Características del servicio al cliente**

Las características del servicio al cliente es importante porque permite identificar el producto ante los ojos del consumidor, también sirve para identificar cualquier inconveniente que pueda tener el producto.

La evaluación del objeto es tangible, porque permite evidenciar la forma, tamaño, color, y un buen diseño que incentive al consumidor.

Cuando hablamos de un servicio intangible, se da mediante un nivel de impacto donde el consumidor lo adapta a su manera dándole un buen uso de acuerdo a su satisfacción. El cliente tiene que realizar un acto de buena fe y confianza visualizando lo que se le ofrece, traduciéndolo en sentimiento, deseo y aceptación, generado por una adecuada prestación del servicio.

La última característica nos habla que todas las organizaciones tienen valores y culturas que establecen la misma organización, es por eso que estas políticas y estructura se utilizan siempre y cuando la empresa capacite a sus recursos humanos internos, para que así puedan ofrecer una buena atención al cliente y tratar de solucionar los inconvenientes del consumidor, esto ayuda a que la organización se identifique con sus competencias (Diago, 2017).

➤ **Tipos de clientes**

Existe dos tipos de clientes: cliente interno, son aquellas personas que adquieren un producto el cual es elaborado por la misma empresa. Cliente externo, es aquel consumidor que adquiere el producto elaborado por otra empresa y no por la empresa que se encarga de su venta (Tarado, 2014).

➤ **Satisfacción de los clientes**

Es importante satisfacer a nuestros cliente ya que toda organización depende del cliente para que así se pueda mantener en el mercado y la empresa pueda logra su objetivo propuesto siempre y cuando brinde un buen producto de acuerdo a la necesidad del consumidor teniendo en cuenta el tipo de nivele económico (Tarado, 2014).

➤ **Beneficios de lograr la satisfacción del cliente**

Es importante que hacer que el cliente se sienta satisfecho del producto o servicio que desea adquirir, ya que de ellos depende un buen futuro para la organización es por eso que se tiene en cuenta 5 beneficios fundamentales: el primer beneficio, consta en que el cliente para poder optar siempre el producto de la misma empresa mayormente se basa en el buen trato que recibe del empleado. El segundo beneficio, se basa en que el cliente satisfecho habla bien de la empresa en donde adquirió el producto y así lo disperse por todo sitio y así les da confianza a las demás personas a que obtengan el producto que brinda dicha organización. En el tercer beneficio, nos da a conocer que un cliente satisfecho se convierte en un cliente fiel para la compañía. El cuarto beneficios, es importante que el cliente se sienta

satisfecho de la empresa, porque el futuro de las empresas están en el cliente (Mateos, 2012)

➤ **Fidelización del cliente**

Consiste en lograr que el cliente adquiera nuestro producto, ya sea por su marca, precio, calidad y buena atención, con la finalidad que el cliente vuelva a visitar la organización y así pueda sentir satisfecho al momento de consumir su producto o servicio (Tarodo, 2014). Tiene en cuenta 3 elementos de fidelización.

Satisfacción del cliente, es la comparación que hace el cliente antes de la compra del producto ya sea en gustos y preferencias de acuerdo a su economía. Barrera para cambiar, son los costos altos que necesita el cliente para cambiar de empresa al momento que hace la compra. Valor de las ofertas de los competidores, son valoraciones que hace el cliente a las empresas competitivas y así comprobar la calidad del producto (p. 219).

La fidelización es la lealtad de los consumidores, que adquieren el producto de acuerdo a sus necesidades y el cariño de atención que le brinda la organización, es por eso que el cliente decide en donde adquirir su producto ya sea por el precio o por la calidad del producto.

➤ **Calidad de servicio**

La calidad de servicio es satisfacer las necesidades de cada cliente, es por eso que las empresas contratan a trabajadores que mayormente tenga capacidad de brindar un buen servicio a las personas y se sientan

satisfecha al momento de adquirir el producto. La calidad se logra a través de los productos, la operación, y la evaluación del producto que brinda la organización (La junta de Andalucía, 2017).

➤ **Comunicación**

La comunicación es el proceso que indica la relación entre dos o más personas intercambiando nuevas ideas dependiendo de diferentes canales de comunicación que brinda una buena transmisión de información.

En la empresa el objetivo que logra la comunicación es transmitir todos los datos recaudados por diversas áreas con el propósito de tomar una decisión y a la vez influir en los trabajadores con la finalidad de cumplir los objetivos y actividades que propone la empresa (Blanco y Lobato, 2013).

➤ **Funciones que intervienen en el proceso de la comunicación**

Motivar a los empleados teniendo en cuenta un buen clima laboral con el fin que los trabajadores se sientan con ánimos de trabajar y así puedan elaborar un buen producto. Informar datos necesarios para una buena toma de decisiones difundiendo las metas y objetivos de la organización. Controlar la ejecución de los planes y conducta de sus miembros con la finalidad que los empleados sean responsables al momento de ejecutar el producto. Expresar emociones ante logros o fracasos laborales y relacionar a la organización con su entorno para que así la empresa pueda lograr el éxito (López y Pérez, 2013).

## ➤ Tipos de comunicación

Los tipos de comunicación es fundamental porque nos permite trabajar en buena armonía y a la vez evita conflictos ante cualquier decisión. Existen 3 tipos de comunicación (López y Pérez, 2013). Nos muestra los tipos de comunicación.

**Según el ámbito:** Interna; Se produce entre los miembros de una organización. Externa; Es la que mantiene la empresa con el exterior y enlaza la empresa con el entorno. Lo conforma la comunicación con clientes, proveedores, acreedores y organismos oficiales.

**Según el código:** Oral; Se lleva a cabo a través del lenguaje hablado, suele darse entre personas cara a cara o cuando se comunica a través del teléfono. No verbal; Se da mediante gestos, miradas, expresiones faciales, etc. Es por eso que los mensajes no verbales, solo sirve para contradecirnos y no para obtener una buena respuesta.

**Según el grado de control:** Formal; Se puede decir que la comunicación formal, es fundamental para las organizaciones, porque ayuda a tomar una buena decisión en su control. Informal; Se da a través de cualquier lugar y hora de trabajo, ya sea dentro o fuera de la organización. (p. 48 – 49).

La comunicación es fundamental ya sea en una empresa o en la vida diaria debido a las diversas problemas o situaciones encontrado con el proposito de buscar soluciones ante esa adversidad, es por eso que se da



mediante un emisor que se encarga de recibir el mensaje y el receptor que emite los mensajes para llevar a cabo cualquier idea.

### ➤ **Técnicas de comunicación con clientes**

La comunicación es la base fundamental que toda empresa debe optar con el fin de conocer las necesidades de su consumidor, porque los clientes son el motivo para que la empresa se desarrollen de una manera eficiente (Mateos, 2012). Nos da a conocer las técnicas de comunicación con el cliente.

Si se analiza el avance de la empresa en la actualidad, hay que afirmar que la satisfacción del cliente es el motor fundamental que marca los niveles de profesionalidad, de desarrollo y liderazgo en un mercado determinado. Además, el desarrollo de la atención al cliente por medio de la comunicación es la más rentable de las acciones, ya que depende exclusivamente de la actitud y los conocimientos de los trabajadores de la organización, y no de caros programas informáticos ni otros planes de desarrollo (p. 7).

Esta técnica de comunicación nos ayuda brindar información a los clientes con el fin de que ellos puedan adquirir el producto de un manera más fácil y a la vez nos dan sus opiniones si el producto está de acuerdo a lo que ellos buscan.

### ➤ **Libro de reclamaciones**

El libro de reclamaciones es importante para los clientes, porque gracias al libro el consumidor puede comentar su queja o reclamo que tiene sobre el producto o servicio, es por eso que toda organización tiene que contar con el libro de

reclamaciones porque eso también le ayuda a que la empresa se dé cuenta de los errores que pueden tener en los productos o servicios (Indecopi, s/f).

### ➤ **Quejas y reclamos**

Un reclamo se da mediante alguna adversidad que haya tenido el producto del cual el cliente no se siente conforme, es por eso que el cliente suele sentirse indignado para ello es importante escuchar al cliente su información precisa, para que así la empresa pueda corregir el error y darle una solución al reclamo del cliente .

Una queja es la actitud que el cliente expresa ante una mala atención o una insatisfacción al momento de adquirir el producto, de tal manera para que la empresa evite pérdidas de clientes siempre debe buscar la satisfacción del cliente y así la empresa pueda ser más reconocida por su marca y por su calidad (Indecopi, s/f).

## **2.3. Marco conceptual**

### **Medianas y Pequeñas Empresas**

Las Mypes son el eje principal para el país, porque ayuda en el desarrollo social y económico del país, es por eso que toda organización tiene el deber de brindar un buen producto a los clientes para que así tengan más cogida en el mercado y la estabilidad económica sea buena.

### **Calidad**

Es el buen estado del producto o servicio que ofrecemos al cliente con la finalidad que nuestra marca sea conocida en el mercado y nos ayude a mejorar día a día para poder lograr un buen posicionamiento dentro del mercado.

## **Gestión de calidad**

Es la planificación, organización y control del desarrollo de actividades relacionadas con la calidad del producto que la empresa elabora teniendo en cuenta su misión y sus normas establecidas.

## **Control de la calidad**

Es el proceso donde se asegura la estandarización para cualquier tipo de producción, el cual le permite ser más competitivo, teniendo en cuenta la calidad del producto y la satisfacción del cliente para que la empresa pueda obtener buena rentabilidad financiera.

## **Atención al cliente**

Esta función se basa en tener una buena interacción entre los consumidores, con la finalidad que la organización obtenga las metas obtenidas y pueda ser competitivo en el mercado, ya que también la atención se basa en saber marketear el producto o servicio con el propósito de brindar una buena atención al público y así mismo crear buenas estrategias empezando desde el gerente, hasta los trabajadores.

## **Cliente**

Los clientes son fundamental para todas las organizaciones, ya que toda organización dependemos de ellos, es por eso que siempre debemos brindar un buen producto o servicio, de acuerdo a su satisfacción y alcance de los clientes, para poder llegar al éxito propuesto de toda organización.

## **Fases de la atención al cliente**

Las fases de atención al cliente son importantes porque nos enseñan a tratar a los clientes desde el momento que entran hasta el momento que deciden optar el producto, y a la vez nos ayuda a ofrecer el producto de una manera exitosa.

## **Satisfacción de los clientes**

Es aquel que mide los gustos y preferencias de los clientes respecto al producto o servicio, y a la vez se encuentran de acuerdo a las expectativas o necesidades del consumidor. Es por eso que hoy en día la organización al momento de ofrecer un producto siempre tiene que tener en cuenta las necesidades de su consumidor a quien se va a dirigir.

## **Calidad de servicio**

Esta función es fundamental para la organización, porque no solo se basa en la buena elaboración del producto sino también a la buena atención de su personal hacia los clientes, para que así los clientes puedan tener una buena imagen del producto que va a adquirir.

## **Servicio al cliente**

Es muy importante porque mediante esta actividad nos damos cuenta las necesidades del cliente, si no también buscamos elaborar un buen producto que se encuentren al alcance de su economía del consumidor.

### **El servicio postventa**

Esta actividad es muy importante debido a que ayuda al consumidor a resolver sus dudas del producto y así logre asegurar la compra del bien o servicio si no también tiene la finalidad de obtener clientes fieles ante la compañía.

### **Comunicación**

Mantener una buena comunicación entre trabajadores y gerente ayuda a tomar buenas decisiones al momento de hacer o cumplir algún objetivo propuesto por la organización.

Es por eso que siempre toda organización debe mantener buenos canales de comunicación para que así los trabajadores ayuden a mantener un buen ambiente laboral y puedan desarrollarse de una manera eficiente en su entorno laboral.

### **Libro de reclamaciones**

Para toda organización es fundamental contar con un libro de reclamaciones, ya que, al obtener este libro hacemos que el cliente adquiera nuestro producto con más confianza debido a que ellos mismo se sentirán protegidos ante cualquier queja del producto.

### **III. HIPÓTESIS**

De acuerdo a esta investigación, no se elabora hipótesis porque es una investigación descriptiva que se encarga de analizar las diferentes características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro calzado, en la galería alameda, del distrito Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

## IV. METODOLOGÍA

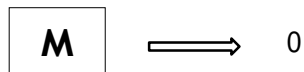
### 4.1 Diseño de la investigación

En esta investigación se aplicó un tipo de investigación de diseño No Experimental – Transversal – Descriptiva.

No experimental, porque la recopilación de la variable no ha sido modificada y nosotros no experimentamos nada.

Transversal, porque los datos obtenidos se dieron en un determinado tiempo, en un solo lugar y en una fecha determinada, con la finalidad de describir la variable en estudio.

Descriptiva, porque se describirá las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente aplicado en las Mypes del sector comercio – rubro calzado, en la galería alameda, del distrito de Chimbote, provincia Del Santa, año 2017.



Dónde:

M: Representa la muestra

O: Representa lo que observamos.

### 4.4 Población y muestra

La población muestral está conformada por 37 Micro Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro calzado en la galería Alameda del distrito de Chimbote, esta información se dio a través de un sondeo el cual se dio de manare probabilística dirigida al 100% de las mypes de acuerdo a la inclusión sí

estuvieron disponibles al momento de hacer el estudio y se dio a través de sus representantes.

**Población:** Es el total de individuos de un estudio que permitirá analizar el problema de la investigación teniendo en cuenta las características del estudio que se va a realizar. (Quispe 2013)

**Muestra:** es el número de individuos del cual se recolecto los datos de acuerdo al estudio que se realice. (Quispe 2013)

#### 4.5 Definición y operacionalización de variable

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Representante de la Mype	El representante será el encargado de conocer algunas características y herramientas fundamentales para poder lograr eficientemente la meta propuesta por la organización.	Edad	a) 18 – 35 años b) 35 – 50 años c) 50 a mas	Cuantitativa
		Sexo	a) Femenino b) Masculino	Nominal
		Grado de instrucción	a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Universitario	Nominal



VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Micro y pequeña empresa	Atención al cliente en las MYPES	ES importante brindar una buena atención al cliente en las Mypes	a) Si b) No c) Tal vez	Cuantitativa
		Crees que la comunicación es fundamental en las MYPES	a) Si b) No c) Tal vez	Nominal
		Es fundamental contar con un buen control de calidad en las organizaciones	a) Si b) No c) Tal vez	Nominal
		Cree usted que es importante analizar las características de atención al cliente	a) Si b) No	Cuantitativa
		Cree usted que brinda un producto de calidad	a) Si b) No	Nominal
		Es importante tener en cuentas las estrategias y pautas para obtener una buena comunicación	a) Si b) No c) Tal vez	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Gestión de calidad en Atención al Cliente	Definición de la MYPE	Cuál es la finalidad por la que se creó la empresa	a) Generar utilidad b) Generar empleo c) Satisfacer la necesidad del cliente a) T. A.	Nominal
		La organización es formal o informal	a). formal b). informal	Nominal
		Qué cargo tiene el representante en la empresa	a) Titular gerente (Dueño) b) Administrador c) Gerente	Nominal
		A partir de qué edad contratan a sus trabajadores.	a) Mayor de 25 b) Mayor de 18 c) Solo hasta 30 años	Nominal
		Tiempo de permanencia de la organización en el rubro de calzado	a). 0 a 3 años b). 4 a 6 años c). 7 a más años	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICION
Micro y pequeña empresa	Atención al cliente en las MYPES	Cuál es el factor que genera satisfacción a su cliente.	a) Calidad b) Producto c) Buena atención d) Precio	Cuantitativa
		Tiene algún conocimiento sobre gestión de calidad	a) Si b) No	Nominal
		Que técnicas de comunicación usa para comunicarse con sus clientes	a) Páginas web b) Redes sociales c) Comunicación d) T.A.	Nominal
		Considera usted que el grado de instrucción del personal influye en la calidad del servicio.	a) Si b) No	Cuantitativa
		Su organización cuenta con un libro de reclamaciones	a) Si b) No	Nominal
		Brinda capacitaciones u orientaciones sobre la atención al cliente	a) Si b) No	Nominal

#### 4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la siguiente investigación se aplicó la técnica de encuesta, y a la vez se utilizó el instrumento del cuestionario dirigido a los representantes legales de las Mypes.

La encuesta es una técnica de investigación descriptiva, porque le permite al investigador recopilar datos específicos mediante un cuestionario, con el fin de saber las opiniones, actitudes o comportamiento de las personas encuestadas, el cual le ayudara al investigador a obtener información apropiada y así logre alcanzar los objetivos propuesto de la investigación. (Quispe 2013)

El cuestionario consta de 20 preguntas: 3 acerca de los representantes legales, 5 sobre las Micro y Pequeñas Empresas y 12 referidas a la Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente. Después de haber obtenido dicha

información elabora el porcentaje con la finalidad de poder analizar una determinada muestra.

El cuestionario es un instrumento, que se basa en una serie de preguntas en lo cual se elabora de manera coherente, con el fin que el investigador obtenga información de acuerdo a su tema de estudio (Quispe 2013).

#### **4.5 Plan de análisis**

Se realizó una encuesta, en lo cual nos permitió analizar y conocer las diferentes técnicas y estrategias de atención al cliente y Gestión de Calidad. Con la finalidad de conocer la importancia de atención al cliente, y así darnos cuenta lo fundamental que es brindar un buen servicio o producto, que ayudara llegar al éxito a toda organización. El proceso de resultado se dio mediante el programa de Microsoft Word y Microsoft Excel, donde se elaboró las tablas, figuras y análisis estadísticos.

Esto permitió emitir conclusiones para toda la población, debido a la información obtenida por cada representante legal de las Micro y Pequeñas Empres rubro calzado, en la galería alameda, del Distrito de Chimbote, provincia Del Santa, año 2017.

#### 4.6 Matriz de consistencia

TITULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICOS	VARIABLE	METODOLOGÍA
Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas SECTOR comercio – RUBRO calzado, en la galería alameda del distrito de CHIMBOTE, provincia del Santa, año 2017.	¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas SECTOR comercio – RUBRO calzado, en la galería alameda del distrito de CHIMBOTE, provincia del Santa, año 2017.	Determinar la característica de la Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas SECTOR comercio – RUBRO calzado, en la galería alameda del distrito de CHIMBOTE, provincia del Santa, año 2017.	*Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. *Determinar las características de la Micro y Pequeñas empresas del Distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. *Determinar las características de una Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas SECTOR comercio – RUBRO calzado, en la galería alameda del distrito de CHIMBOTE, provincia del Santa, año 2017.	Atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No experimental.</li> <li>✓ Transversal.</li> <li>✓ Descriptivo.</li> </ul>

#### 4.7 Principios éticos

En el presente estudio de investigación se han utilizado los siguientes principios éticos como: La veracidad, el respeto, la confidencialidad, protección a las personas, beneficencia, justicia, integridad científica, consentimiento informado y expreso.

La veracidad, porque se demostrará que los datos de la presente investigación son verdaderos y confiables debido a que han sido recogidos de diversas fuentes citadas y referenciadas de acuerdo al MIMI.

El respeto, hacia las demás personas participantes, ya sea docentes quienes ayudaron a realizar el trabajo, hasta los representantes encuestados, quienes se merecen el respeto por haber apoyado a realizar el presente estudio.

La confidencialidad, debido a que los datos serán utilizados con fines netamente académicos, que ayuden a otros investigadores a realizar sus futuros trabajos de investigación.

Protección a las personas, en este principio las personas nos brindan información voluntariamente, con el fin de evitar riesgos o problemas durante la investigación.

Beneficencia, se busca el bienestar de las personas que contribuyen en la investigación.

Justicia, es la lealtad o verdad de los resultados y conocimientos que lograr obtener el investigador.

Integridad científica, son las actividades y enseñanzas que se les da al investigador para que pueda obtener un buen resultado de la comunidad a la que se investiga.

Consentimiento informado y expreso, es la voluntad específica que obtiene el investigador con el fin de establecer adecuadamente su proyecto.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

**Tabla 1:**

*Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro calzado del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.*

#### ACERCA DE LOS REPRESENTANTES LEGALES DE LA EMPRESA

Características	n	%
<b>GENERO DEL ENCUESTADO</b>		
Femenino	28	76%
Masculino	9	24%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>
<b>EDAD DEL ENCUESTADO</b>		
18 - 35 años	17	46%
35 - 50 años	16	43%
50 a mas	4	11%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>
<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN</b>		
Primaria	3	8%
Secundaria	21	57%
Superior	13	35%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro calzado en el distrito de Chimbote, año 2017

**Tabla 2:**

*Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2017.*

### ACERCA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

Características	n	%
<b>Organización formal / informal</b>		
Formal	37	100%
Informal	0	0
<b>Total</b>	37	100%
<b>cargo de la empresa</b>		
Titular gerente (dueño)	15	41%
Administrador	6	16%
Gerente	16	43%
<b>Total</b>	37	100%
<b>Tiempo en el rubro de calzado</b>		
0 a 3 años	5	13.5%
4 a 6 años	10	27%
7 a más años	22	59.5%
<b>Total</b>	37	100%
<b>Edad que contratan a su personal</b>		
Mayor de 25	8	21.6%
Mayor de 18	21	56.8%
Solo hasta 30 años	8	21.6%
<b>Total</b>	37	100%
<b>Finalidad por la que se creó la MYPE</b>		
Generar utilidades	8	22%
Generar empleo	2	5%
Satisfacer al cliente	6	16%
Todas las anteriores	21	57%
<b>Total</b>	37	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro calzado en el distrito de Chimbote, año 2017

**Tabla 3:**

*Determinar las características de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro calzado, en la galería ALAMEDA, del distrito de CHIMBOTE, provincia del Santa, año 2017.*

<b>Características</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Brinda producto de calidad</b>		
Si	37	100%
No	0	0
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>
<b>Factores que satisface al cliente</b>		
Calidad	6	16%
Producto	13	35%
Buena atención	5	14%
Precio	13	35%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>
<b>Conoce gestión de calidad</b>		
Si	32	86.5%
No	5	13.5%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>
<b>Da capacitación sobre atención al cliente</b>		
Si	26	70%
No	11	30%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>
<b>Es importante brindar buena atención al cliente</b>		
Si	37	100%
No	0	0
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>
<b>La comunicación es fundamental</b>		
Si	34	92%
No	0	0
Tal vez	3	8%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>



Tabla 3 ... Continuación

<b>Es importante tener control de calidad</b>		
Si	33	89%
No	0	0
Tal vez	4	11%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>
<b>Es importante las características de atención al cliente</b>		
Si	29	78%
No	8	22%
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>
<b>Técnicas de comunicación con el cliente</b>		
Páginas web	0	0
Redes sociales	0	0
Comunicación Directa	27	73%
T. A.	10	27%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>
<b>El grado de instrucción. Influye en la calidad del servicio</b>		
Si	18	49%
No	19	51%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>
<b>Cuenta con libro de reclamaciones</b>		
Si	28	76%
No	9	24%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro calzado en el distrito de Chimbote, año 2017

## 5.2 Análisis de los resultados

**Respecto al objetivo específico 1:** Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro calzado del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

- El 76% de los representantes encuestados son de sexo femenino mientras tanto esta investigación se contrasta con De la Cruz (2016), quien en su investigación encontró que el 75% son de sexo masculino, el cual coincide con Bacca (2018) quien en su investigación encontró que el 73.3% son de sexo masculino y corrobora con Rojas (2014) que el 90% son de sexo masculino, mientras que por otra parte se asemeja con Acosta (2016) quien encontró en su investigación que el 64.3% son de sexo femenino y Prudencio (2015) nos dice que el 61.5% son de sexo femenino. Por lo tanto, se analiza que hoy en día los hombres como las mujeres, tenemos conocimientos exitos, productivos llevando a cabo nuestra capacidad ingeniosa que nos permitirá llegar al éxito empresarial en cualquier tipo de negocio.
- El 46% de los representantes de cada Mype tienen entre 18 a 35 años, el cual se contrasta con Acosta (2017), quien en su investigación encontró el 71.4% de los representantes tienen una edad de 31 a 50 años, esto se asemeja con Alfaro y Mencía (2016), que en su investigación nos dice que el 64% tienen la edad de 31 a años, se contrasta con De la Cruz (2016), que el 48% están en la edad de 36 a 50 años, se contrasta con Baca (2018) y Rojas (2014), quienes encontraron en su estudio de investigación el 40% tienen una edad de 29 a 40 años , se asemeja a Prudencio (2015), quien encontró en su estudio que el 35.9% tienen una edad entre 20 a 29 años. Esto quiere decir que actualmente

los emprendedores empiezan a surgir en el mundo de los negocios partir de los 20 años.

- El 57 % de los encuestados tienen grado de instrucción secundaria, se asemeja a De la Cruz (2016), quien en su investigación encontró que el 58% de los propietarios tienen un grado de instrucción secundaria y a la vez Rojas (2014) nos dice que el 30% cuenta con grado de instrucción completa, además se asemeja Acosta (2016) quien en su investigación encontró que el 42.8% tienen grado de instrucción secundaria, se contrasta con Prudencio (2015) que el 48.7% manifiestan tener un grado de instrucción superior universitaria, también se corrobora con Baca (2018), que el 46.7% no tienen instrucción académica, a la vez se contrasta con Neciosup (2014) que en su investigación encontró que la mayoría de microempresas son gestionadas por profesionales. Esto quiere decir que los representantes de las Mypes tienen un grado de instrucción completa, es por eso que mayormente se basan en sus experiencias de vida, y a la vez demuestra que no solo necesitan de un estudio superior, para poder administrar un negocio y permanecer en el mercado.

**Respecto al objetivo específico 2:** Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2017.

- El 100% de las mypes son formales, el cual coinciden a lo encontrado con De la Cruz (2016), en su investigación encontró que el 100% de las mypes son formales, esto contrasta con Baca (2018), que el 86,7% de las mypes son formales, además es semejante a lo encontrado por Acosta (2016), quien dice que un 85% de las mypes son formales, también se asemeja con Rojas (2014), quien en su investigación encontró que el 80% de las Mypes son de manera

formal y corrobora con Espinoza (2014), que en su investigación encontró que el 70% de las mypes tienen facilidades para la formalización. Por eso, es muy importante la formalización de las mypes ya que les ayuda a facilitarles los préstamos financieros, para que así puedan seguir invirtiendo en su Mype

- El 43% de los encuestados de las Mypes son gerentes que están a cargo de las Mypes, el cual contrasta con Acosta (2017), quien en su investigación encontró que el 85.7% de los representantes son administradores (trabajadores). Esto demuestra que no necesitan ser dueños para poder hacer crecer una Mype.
- El 59.5% de las mypes tienen una trayectoria de 7 años a más en el rubro de calzado, se asemeja con Acosta (2017) quien en su investigación obtuvo que el 57.1% tienen de 7 años a más de posicionamiento en el mercado, mientras tanto corrobora con Baca (2018), el cual en su investigación encontró que el 46.7% de las Mypes tienen de 1 a 3 años en el mercado. El cual nos indica que hay una buena administración en las Mypes del rubro calzado.
- El 56.8% de los encuestados nos indica que mayormente contratan a su personal a partir de los 18 años de edad, porque a esa edad la mayoría empieza asumir responsabilidades laborales o también por las necesidades de mercado, ya sea en campañas temporales.
- El 57% de los encuestados, nos dice que la finalidad por la que se creó la empresa es generar utilidades, generar empleo y satisfacer al cliente. Además, es semejante a De la Cruz (2016), quien nos indica que el 67% evalúa el nivel de satisfacción del cliente, se asemeja con Baca (2018), quien en su investigación encontró que el 60% si satisfacen al cliente. Mientras se

contrasta con Acosta (2016), quien en su investigación encontró que el 78.6% solo generan ganancias. Para que una empresa pueda logre sus objetivos propuestos, tienen que tener en cuenta las necesidades de su consumidor con la finalidad de obtener ganancias y as si pueda seguir creciendo su negoció.

**Respecto al objetivo específico 3:** Determinar las características de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro calzado, en la galería ALAMEDA, del distrito de CHIMBOTE, provincia del Santa, año 2017.

- El 100% de las mypes nos dice que SI, brinda un producto de calidad, se asemeja con Alfaro y Mancía (2016), en su investigación encontró que el 67% consideran buena la calidad de los productos, esto contrasta con Neciosup (2014), quien nos dice en su investigación que un buen producto se basa en la comodidad del publica y a la vez que sea de buena calidad. Es por eso que hoy en día la competitividad mayormente se basa en la calidad del producto, por eso las Mypes tratar de elaborar un buen producto con la finalidad que el cliente se sienta cómodo al momento de usarlo
- El 35% de los encuestados nos dice que el factor que satisface al cliente es el producto y el precio, además esto contrasta a lo que dice Neciosup (2014), quien en su investigación nos dice que la calidad va de la mano con el precio, también corrobora con Bacca (2018) el cual nos indica que el 60% el facto que satisface a sus clientes es la gestión. Es por eso que los clientes pagan un precio de acuerdo al producto porque de nada vale pagar un precio alto, si a las finales el producto sale malo.

- El 86.5% de los encuestados nos dice que, SI conocen gestión de calidad, además se asemeja con Acosta (2016), quien nos dice que el 57.1% de los representantes SI tienen cierto conocimiento sobre gestión de calidad, también se asemeja a Rojas (2014), el cual nos dice que en su investigación el 90% si conocen gestión de calidad, a la vez se corrobora con Bacca (2018) el cual encontró en su investigación que el 73,3 no practican gestión de calidad debido a que no conocen el termino gestión de calidad, de tal manera se contrasta con Neciosup (214), quien nos indica que la gestión de calidad es fundamental en las organizaciones porque ayuda a incrementar la rentabilidad económica. Esto quiere decir que la gestión de calidad ayuda a las empresas a llevar un buen negocio generando el éxito de la empresa con la finalidad que la empresa sea reconocida y perdure por mucho tiempo en el mercado.
- El 70% de los encuestados nos dice que, SI brinda capacitaciones sobre atención al cliente en las mypes, además coincide a Espinoza (2014), quien nos dice en su investigación que el 56.67% SI recibe capacitaciones sobre atención al cliente, se contrasta con Baca (2018), quien dice en su investigación que el 73,3% no realizan capacitación a sus trabajadores, esto se asemeja a Rojas (2014), el cual nos dice que el 60% no reciben capacitaciones de atención al cliente, se corrobora con Acosta (2016), quien en su investigación nos dice que el 57.1% SI reciben capacitación sobre atención al cliente. Esto quiere decir que es muy importante brindar capacitación a los trabajadores acerca de cómo atender a los clientes y a la vez mejora la gestión de calidad, porque el cliente es lo más importante que hace que la empresa llegue al éxito.

- El 100% de los encuestados nos dice que SI es importante brindar una buena atención al cliente en las mypes. Esto se asemeja con Espinoza (2014), quien dice en su investigación que el 56.67% manifestó que SI es importante la buena atención al cliente. Esto quiere decir que si es muy importante brindar una buena atención al cliente en las mypes ya que toda organización depende de sus clientes porque nos permite interactuar y ofrecer el producto y así podemos lograr una buena posición en el mercado de acuerdo al rubro.
- El 92% de los encuestados nos dice que la comunicación SI es fundamental en toda mype, (Blanco y Lobato, 2013) nos indica que la comunicación es importante porque permite tener una buena relación entre los clientes y el vendedor, a la vez la comunicación es fundamental en las organizaciones porque ayuda a tomar estrategias con la finalidad de tener un buen clima laboral y así los trabajadores puedan ser más eficientes al momento de elaborar el producto.
- El 89% de los encuestados nos dice que, SI es importante tener control de calidad, ya que esto es semejante a Espinoza (2014), quien en su investigación nos dice que el 70% SI brinda un buen control de calidad. Esto quiere decir que cada mype va mejorando día a día y aplica nuevas técnicas para poder llegar al objetivo propuesto y ser reconocida en el mercado.
- El 78% de los encuestados SI les parece muy importante las características de atención al cliente en las mypes, esto se diferencia a Espinoza (2014), quien encontró en su investigación que el 63.34% SI creen en la importancia de las características en el servicio que brinda. Por eso es muy importante tener en cuenta las características de atención al cliente, porque les ayudará a

promocionar de una manera eficiente su producto teniendo en cuenta una buena comunicación con el cliente y así puedan seguir creciendo la mype.

- El 62% de los encuestados nos dice que las estrategias y pautas SI establecen una buena comunicación con el cliente, debido a esto les ayuda a cómo llegar hacia el cliente y convencerlos para que puedan adquirir el producto promocionado.
- El 73% de los encuestados aplican una técnica de comunicación con el cliente de manera directa. La mayoría de mypes aplican la técnica de comunicación directo hacia sus clientes, ya que algunos representantes no tienen mucho conocimiento de las redes sociales y se les hace más fácil ofrecer su producto al público de una manera directa.
- El 51% de los encuestados dicen que NO influye el grado de instrucción en la calidad del servicio, porque no es necesario tener una profesión para poder ofrecer un buen servicio y obtener una buena gestión de calidad, si no que a medida del tiempo uno va aprendiendo día a día de cómo tratar al cliente y hacer que lleguen a optar por el producto ofrecido.
- El 76% de los encuestados nos indica que, SI cuentan con libro de reclamaciones, Indecopi (s/f) nos afirma que el libro de reclamaciones es muy importante en toda organización, ya que esto le permite al consumidor expresar cualquier inconveniente que haya tenido el producto y a la vez les brinda seguridad al momento de adquirir el producto.



## VI. CONCLUSIONES

Al finalizar esta investigación se llevó a cabo las siguientes conclusiones:

- Los encuestados de las Mypes nos dicen que la mayoría (76%) son de sexo femenino, (57%) cuenta con educación secundaria completo y la minoría simple (46%) tienen una edad entre 18 a 35 años.
- Las micro y pequeñas empresas en su totalidad (100%) son formales, la mayoría (59.5%) en el rubro de calzado tienen de 7 años a más de permanencia en el mercado, (57%) manifiestan que la finalidad por la que se creó la Mype es para generar utilidades, generar empleo y la satisfacción del cliente, (56.8%) contratan a sus trabajadores a partir de los 18 años y la minoría simple (43%) administran su propio negocio.
- Las Mypes hoy en día en su totalidad (100%) si brindan un producto de calidad, para ello (100%) consta que si es importante brindar una buena atención al cliente porque de ellos depende el funcionamiento y la estabilidad en el mercado, la mayoría (92%) dice que es fundamental tener una buena comunicación desde el gerente hasta los trabajadores ya que esto ayuda a tomar buenas decisiones de acuerdo a los objetivos que la empresa quiere lograr, es por eso que el (89%) de los representantes indican que es fundamental tener un buen control de calidad del producto ya que esto evitara tener quejas del consumidor también ayudara a la empresa a ser más competitivo y así la empresa pueda obtener más rentabilidad, es por eso que hoy en día el (86.5%) de los representantes indica que es fundamental conocer sobre gestión de calidad porque permite identificar, planificar y controlar las funciones de cada organización con la finalidad de ofrecer un

buen producto o servicio a nuestros clientes, el 78% de estas Mypes consideran que para ofrecer el producto de una manera más accesible deben tener en cuenta las características de atención al cliente y para eso el (76%) de las Mypes si cuentan con un libro de reclamaciones, (73%) aplica la técnica de comunicación de manera directa con los clientes, ya que de esa manera la empresa identifica sus necesidades del consumidor, (70%) de los propietarios de las Mypes si brinda capacitación a su personal sobre atención al cliente, (51%) nos dice que el grado de instrucción de su personal no influye en la calidad del servicio al cliente y finalmente la mayoría simple (35%) dicen que el factor más importante que satisface a los clientes es el producto y el precio. Todos estos resultados obtenidos son esenciales para toda Mype porque les ayuda analizar pautas o estrategias que puedan servirles en el futuro y a la vez les permite mantenerse en el mercado de acuerdo a su rubro, teniendo en cuenta un buen producto y buena calidad de acuerdo a sus necesidades del consumidor, debido a la buena atención a sus clientes y saberlos convencer para que así puedan adquirir el producto que necesiten ya que toda Mype depende de los clientes porque son la base fundamental para que una organización logre el objetivo propuesto.

## **Aspectos Complementarios**

### **Recomendaciones**

- La atención al cliente es un acto primordial en el crecimiento de la empresa para eso es fundamental que el empresario conozca las características del cliente y así el negocio pueda funcionar correctamente, también debemos tener en cuenta que nuestros trabajadores estén satisfechos con su empleo, así consecuentemente armen un clima adecuado al cliente, desde el saludo hasta el momento del despido. Desarrollando un clima de trabajo cordial, de trato igualitario, y por qué no brindar el acceso a capacitaciones, entre otros aspectos positivos que dirijan a lograr el crecimiento y reconocimiento de la empresa.
- Deben contar con un libro de reclamaciones, ya que este registro le brinda seguridad al cliente al momento de comprar el producto con la finalidad que el cliente se sienta satisfecho ante cualquier circunstancia o problema que pueda presentar el producto y también se vuelva un cliente fiel para la empresa
- Al finalizar nos damos cuenta que para toda organización si quiere adquirir más clientes debe tener en cuenta las redes sociales, porque es una herramienta creativa y provechosa de aplicaciones informáticas de comunicación con los clientes, programas modernos, para que el negocio sea único y competitivo en el rubro que maneje la empresa. Usando la tecnología darás el empuje al crecimiento innovador de la empresaria en varios ámbitos ya mencionados.

## Referencias Bibliográficas

- Acosta M (2017) *Gestión de calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016.* Recuperado de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3721/MICRO\\_Y\\_PEQUENAS\\_EMPRESAS\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_ACOSTA\\_TEJADA\\_MARIANELLA\\_ROSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3721/MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_GESTION_DE_CALIDAD_ACOSTA_TEJADA_MARIANELLA_ROSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Alfaro y Mancía (2016) *Modelo de servicio al cliente para las medianas empresas comercializadoras de calzado en la zona metropolitana de san salvador, caso ilustrativo.* Recuperado de <http://ri.ues.edu.sv/9502/1/Modelo%20de%20Servicio%20al%20cliente%20para%20las%20medianas%20empresas%20comercializadoras%20de%20calzado%20en%20la%20zona%20p>
- Anónimo (2017) Micro, pequeñas y medianas empresas en Argentina. Recuperado de: [https://cyt-ar.com.ar/cyt-ar/index.php/Micro,\\_peque%C3%B1as\\_y\\_medianas\\_empresas\\_en\\_Argentina](https://cyt-ar.com.ar/cyt-ar/index.php/Micro,_peque%C3%B1as_y_medianas_empresas_en_Argentina)
- Anónimo (2009) Producción. En Bolivia, más del 90% de las empresas son mipymes Industry: Bolivia recuperado de: <http://mype-pymes-bolivia.blogspot.pe/2009/08/produccion-en-bolivia-mas-del-90-de-las.html>
- anónimo (2013) *ISO 9001 calidad. Sistemas de Gestión de Calidad según ISO 9000.* Recuperado de <http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>

Bacca L (2018) *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.* Recuperado de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3889/GESTI%C3%93N%20DE%20CALIDAD\\_ATENCI%C3%93N%20EN%20EL%20CLIENTE\\_SERVICIO\\_MYPES\\_ZAPATER%3%8DA\\_LUIS\\_ENRIQUE\\_BACCA\\_ARELLANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3889/GESTI%C3%93N%20DE%20CALIDAD_ATENCI%C3%93N%20EN%20EL%20CLIENTE_SERVICIO_MYPES_ZAPATER%3%8DA_LUIS_ENRIQUE_BACCA_ARELLANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Blanco C, Lobato F. y Lobato F. (2013) *Comunicación y atención al cliente.* Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10820815>

BusinessCol (S.F) Sección Pymes Acopi: Colombia recuperado de: <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes>

Cuatrecasas L (2012) *Gestión de la calidad total.* Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3175155&query=gestion+de+calidad>

De la Cruz 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.* Recuperado de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1009/FORMALIZACION\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_DE\\_LA\\_CRUZ\\_FLORES\\_LENYPdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1009/FORMALIZACION_GESTION_DE_CALIDAD_DE_LA_CRUZ_FLORES_LENYPdf?sequence=1&isAllowed=y)

Díaz Fernández, Manuel (2014) *Atención al cliente (MF1329\_1)*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=11162151&ppg=00=atencion+al+cliente>

Diago F (2017) *Fundamentos del servicio al cliente de la aviación comercial: valor diferencial del éxito empresarial*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10160066>

Espinoza L (2014) *Caracterización de formalización y gestión de calidad de las MYPE comerciales rubro calzado de Piura-2013*. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034225>

El pueblo (2015) El 70% de las mypes en Arequipa son informales. Recuperado de <http://elpueblo.com.pe/noticia/locales/el-70-de-las-mypes-en-arequipa-son-informales>

Indecopi (s/f) *Libro de Reclamaciones - Código de Protección y Defensa del Consumidor*. Recuperado de: <https://www.indecopi.gob.pe/libro-de-reclamaciones>

López L, Pérez H (2013) *Comunicación y atención al cliente*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10721426>

Mateos M (2012). *Atención básica al cliente (MF1329\_1)*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10692762&ppg=11>

Maseda A (1988) *Gestión de la calidad*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3181318&query=gestion+de+calidad>

Neciosup J (2014) *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura, rubro fabricación de calzado en el distrito el porvenir, provincia de Trujillo – 2014*. Recuperado <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035458>

Ortiz (2018) MYPERú: Mypes de Trujillo aportan el 40% de producción nacional de calzado. Recuperado de: <https://pymex.pe/pymes/estrategias-de-crecimiento/myperu-mypes-de-trujillo-aportan-el-40-de-produccion-nacional-de-calzado>.

Prudencio A (2015) *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la lealtad del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de calzados - Huaraz, 2014*. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039562>

Quispe A (2013) *El uso de la encuesta en las ciencias sociales*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3220376&query=poblacion+y+muestra+para++elaborar+una+tesis>

ROJAS B (2014) *Gestión de Calidad y formalización de las Mypes del sector industrial rubro fabricación de calzado del distrito de alto Trujillo –año 2013. Tuvo como objetivo general: Describir principales características de la gestión de calidad y formalización de las mypes del sector industrial rubro fabricación de calzado del distrito de alto Trujillo –año 2013*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035817>

Sánchez B (2006) *Las Mypes en Perú su importancia y propuesta tributaria*. Recuperado de

<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/5433/45>

Sunat (2003) *Ley de promoción y formolización de la micro y pequeña empresa N°28015*. Recuperado de

<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

Tarodo C (2014) *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Recuperado de

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3229607&query=atencion+al+cliente>



## Anexos

### ❖ Anexo 01: cronograma de actividades para la investigación

ACTIVIDADES		MESES				MESES				MESES				MESES			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Registran su matrícula según sus orientaciones recibidas en su escuela profesional	X															
2	Socialización del spa	X															
3	Redactan las bases teóricas del proyecto		X	X													
4	Realizan una lectura comprensiva del MIMI IV		X	X													
5	Programan a través de un diagrama de Gantt la recolección y organización de la información				X												
6	Analizan el o los instrumentos para la recolección de datos de su investigación					X	X										
7	Presentan el trabajo a través de una matriz exponiendo la coherencia interna entre el problema, objetivos, metodología, variable, dimensiones e indicadores del instrumento					X	X										
8	Realizan el recojo de la información a través del instrumento de recolección de datos							X	X	X	X						
9	A través de un trabajo en equipo recogen las fortalezas y debilidades de la aplicación del instrumento de recolección de datos y lo exponen en el foro de consultas							X	X	X	X						
10	Analizan en forma grupal los resultados propuestos en los prototipos de investigación											X	X				
11	Procesan estadísticamente los resultados obtenidos a través del instrumento de recolección de datos											X	X				
12	Envían la información a través del campo virtual para su recolección													X	X		
13	Presentan los resultados de su investigación a través de tablas y/o gráficos requeridos, incluyendo la interpretación													X	X	X	X
14	Exposición															X	

❖ **Anexo 02: cuadro de presupuesto**

CONCEPTO		COSTO UNITARIO	CANTIDAD NECESARIA	VALOR TOTAL
Costo del curso	Matricula	200	1	200
	Pensiones	240	4	960
Impresiones		10	2	20.00
Pasajes		2.00	8	16.00
Útiles	Lapicero	1.30	2	2.60
	Encuestas	0.10	37	3.70
Otros gastos		30	1	30.00
TOTAL				1,232.30

❖ **Anexo 03: muestra y población**

En las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro calzado en la galería alameda distrito Chimbote, nos dice que su muestra va dirigida a 37 mypes, mediante una encuesta, en la cual tiene por finalidad las características de las micro y pequeñas empresas de la localidad

NOMBRE DELA MYPE	PUESTO /STAN
Calzado Wilson	Stan B - 1
Calzado Jaromy	Stan B - 2
Calzado Valeri	Stan B -3 y 4
Calzado Dianita	Stan B - 5
Calzado Moda	Stan B - 6
Calzado Ángel	Stan B - 7
Calzado Bricelly	Stan B - 8

Calzado S / N	Stand B - 9
Calzado S / N	Stand B - 10
Calzado Kids	Stan B - 11
Calzado Moran	Stan B - 12
Calzado S / N	Stan B - 13
Calzado Pelusa kids	Stan B – 14 y 15
Calzado S /N	Stan B – 16 y 17
Calzado CB	Stan B - 20
Calzado pelusita	Stan B – 8 y 19
Calzado Damber	Stand B - 21
Calzado S /N	Stan B - 22
Calzado Cris de Leones	Stan 14 y 15
Calzado Pelusita Damas	Stan A - 22
Calzados S /N	Stan A - 21
Calzado Moran Damas	Stan A - 20
Calzado CB kids	Stand A - 19
Calzado Luna	Stand A - 18
Calzado S /N	Stan A - 17
Calzado Andrea	Stand A – 15 y 16
Calzado S /N	Stan A - 14
Calzado S /N	Stan A - 13
Calzado Estrella	Stan A - 12
Calzado Jenifer	Stan A – 11 y 10
Calzado Odec	Stan A - 9
Calzado Xiana	Stan A - 8
Calzado Veronica	Stan A - 7
Calzado Beliza	Stan A - 6
Calzado Maritza	Stan A – 5 y 4
Calzado JL	Stan A – 2 y 3
Calzado Jeremy	Stan A - 1

❖ **Anexos 04: Figura**

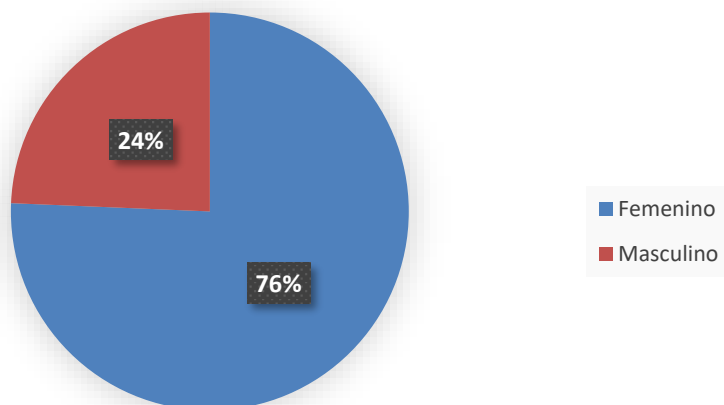


Figura N 1: Género del encuestado  
Fuente: tabla 1

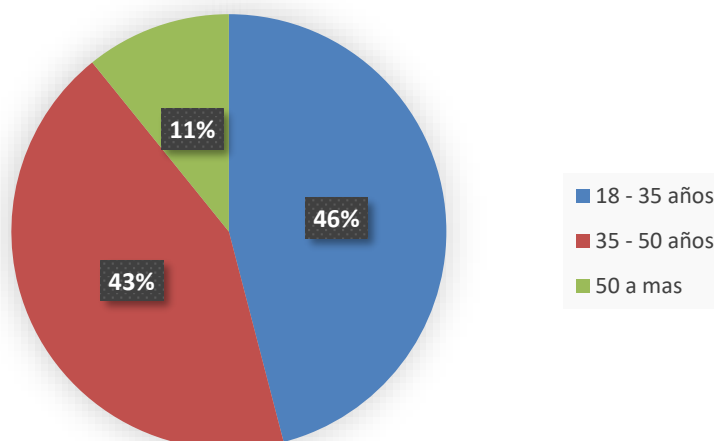


Figura N 2: Edad de los encuestados  
Fuente: tabla 1

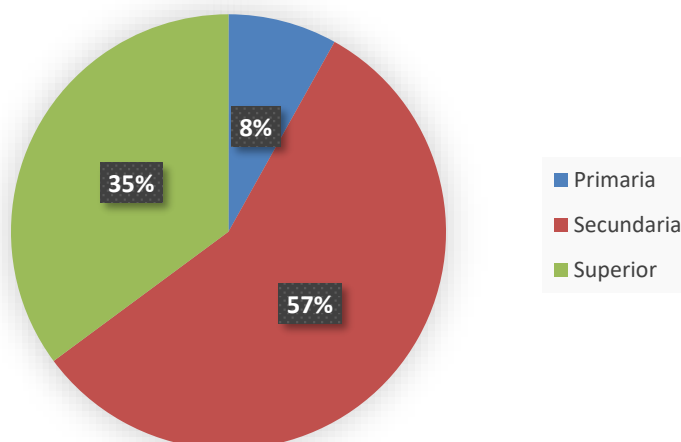


Figura N 3: Grado de instrucción de los encuestados  
Fuente: tabla 1

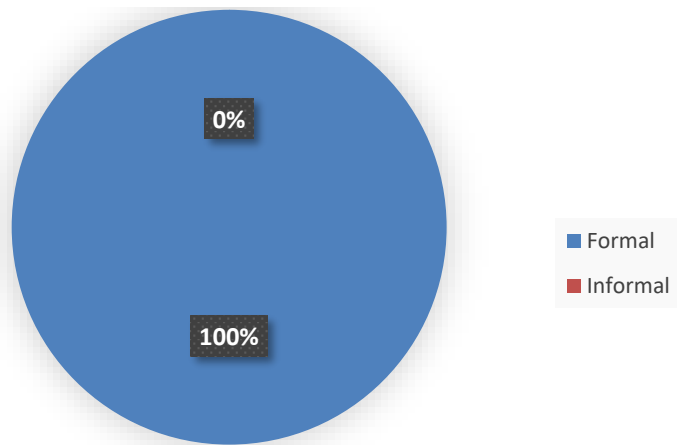


Figura N 4: La organización es formal /informal  
Fuente: tabla 2

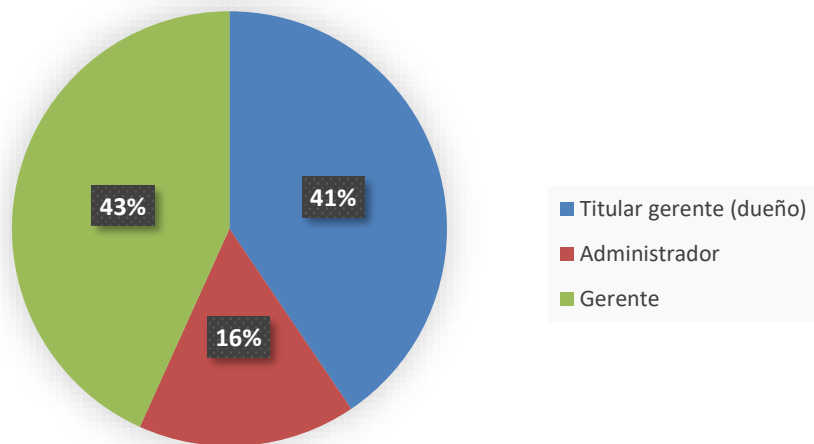


Figura N 5: Que cargo tiene en la mype.  
Fuente: tabla 2

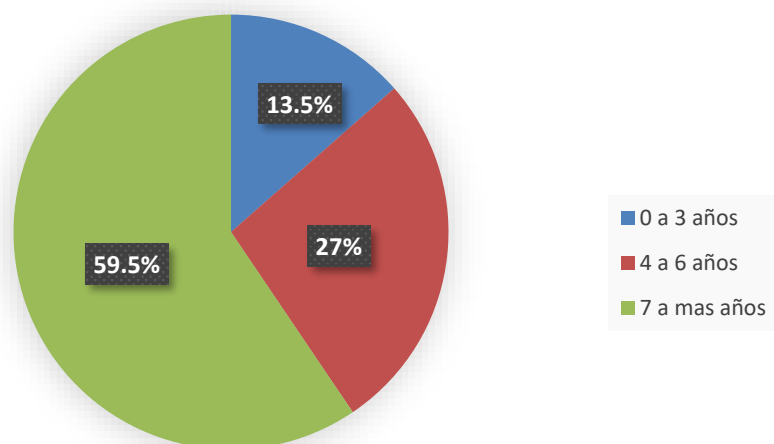


Figura N 6: Tiempo de permanencia en el rubro de calzado  
Fuente: tabla 2

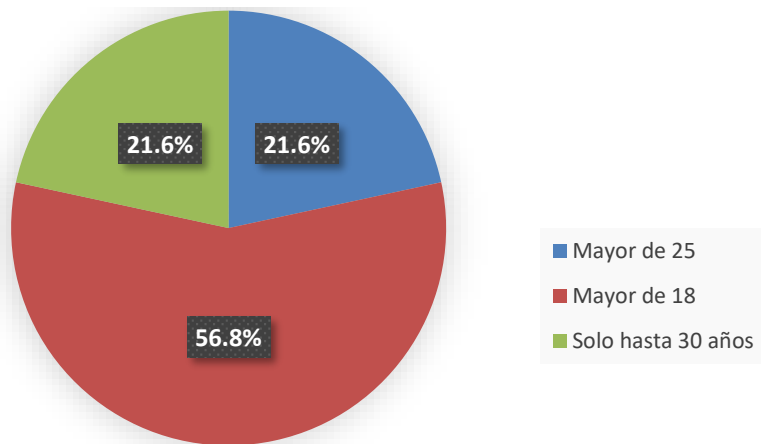


Figura N 7: A partir de qué edad contratan a sus trabajadores  
Fuente: tabla 2

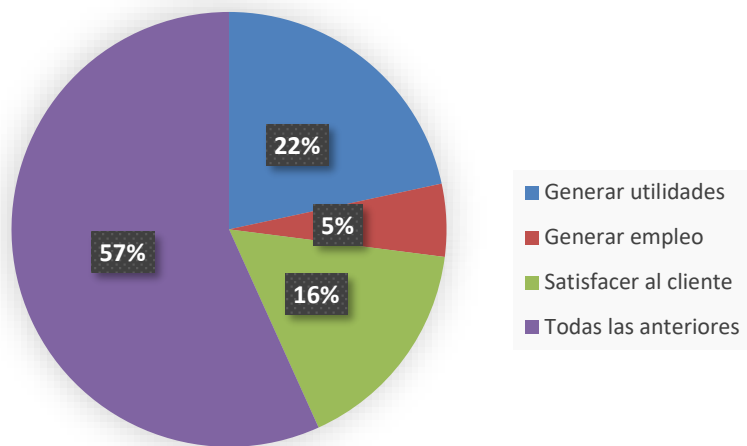


Figura N 8: Cual es la finalidad por la que se creó la mype  
Fuente: tabla 2

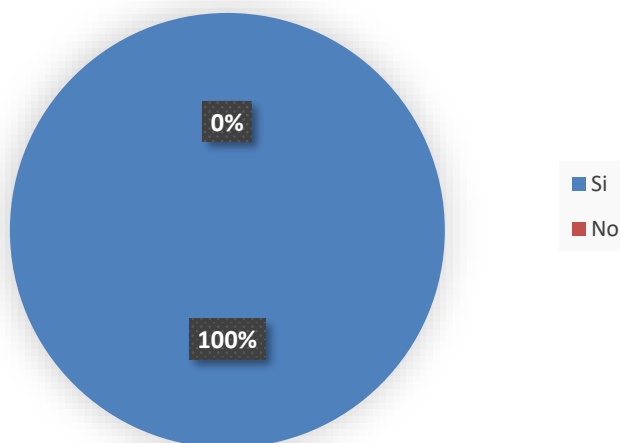


Figura N 9: Brinda producto de calidad  
Fuente: tabla 3

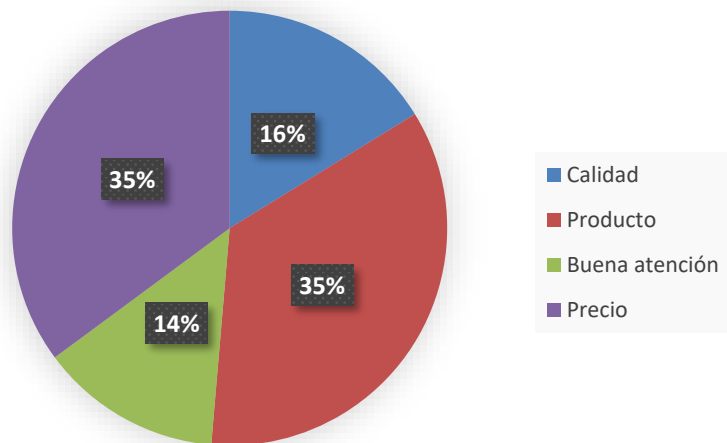


Figura N 10: Factor que genera satisfacción al cliente  
Fuente: tabla 3

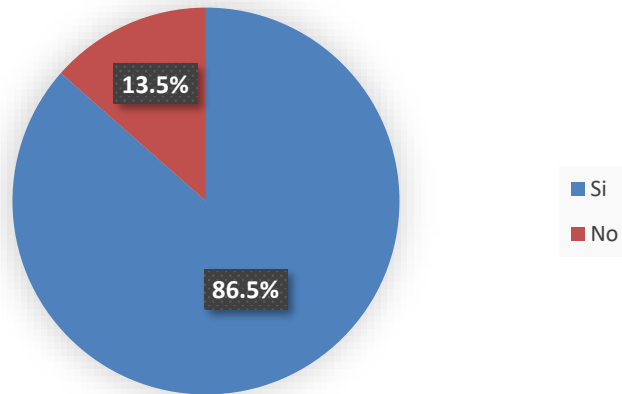


Figura N 11: Conoce gestión de calidad  
Fuente: tabla 3

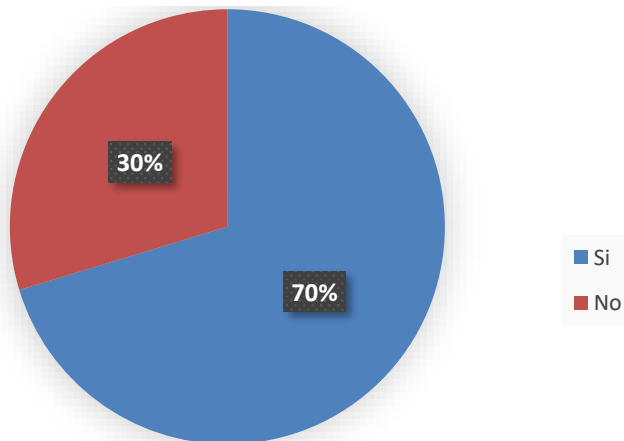


Figura N 12: Da capacitaciones u orientaciones sobre atención al cliente  
Fuente: tabla 3

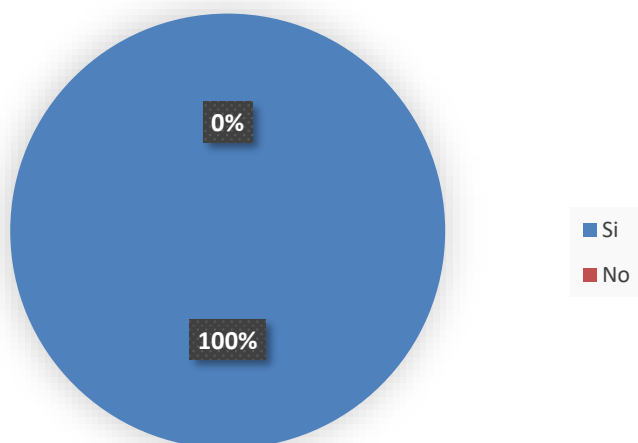


Figura N 13: Es importante brindar buena atención al cliente  
Fuente: tabla 3

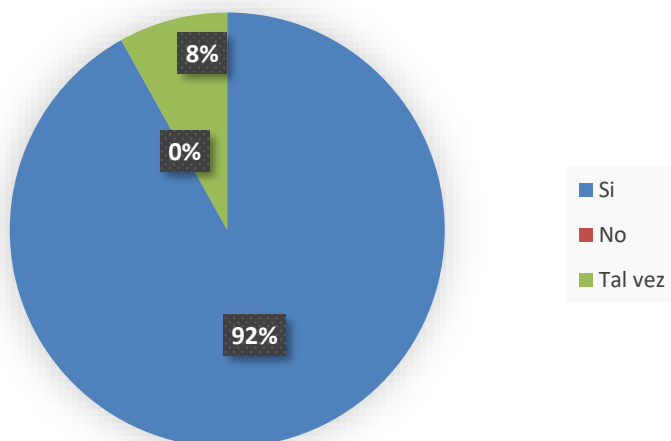


Figura N 14: la comunicación es fundamental en la mype  
Fuente: tabla 3

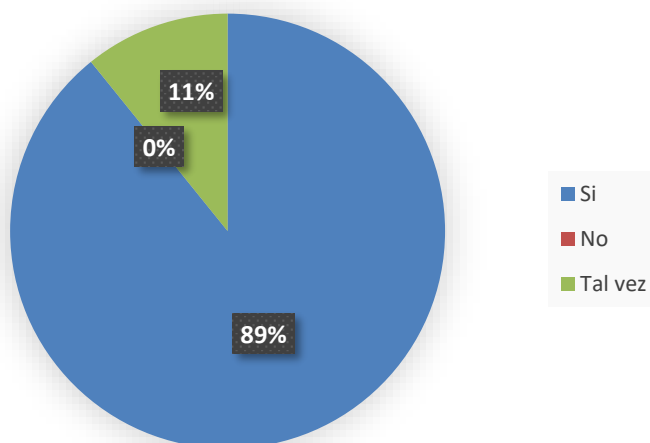


Figura N 15: Es importante contar con un control de calidad  
Fuente: tabla 3



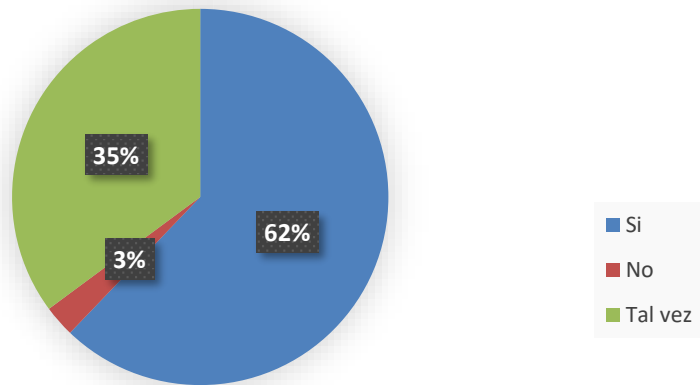


Figura N 16: Las estrategias y pautas establecen buena comunicación con el cliente  
Fuente: tabla 3

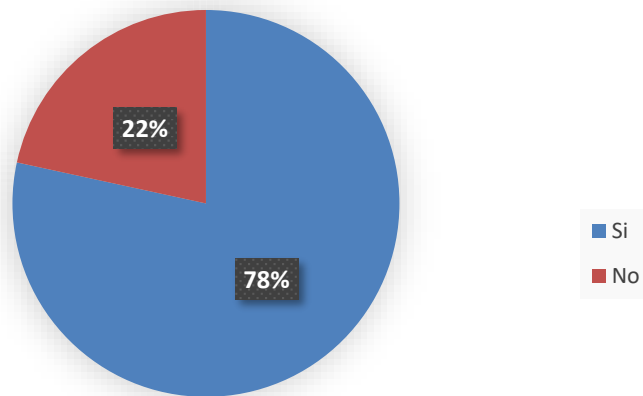


Figura N 17: Es importante las características de atención al cliente  
Fuente: tabla 3

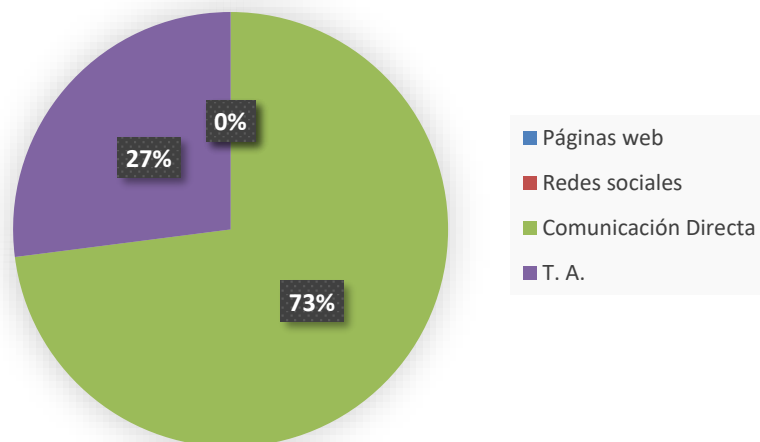


Figura N 18: Técnicas que utiliza para relacionarse con su cliente  
Fuente: tabla 3

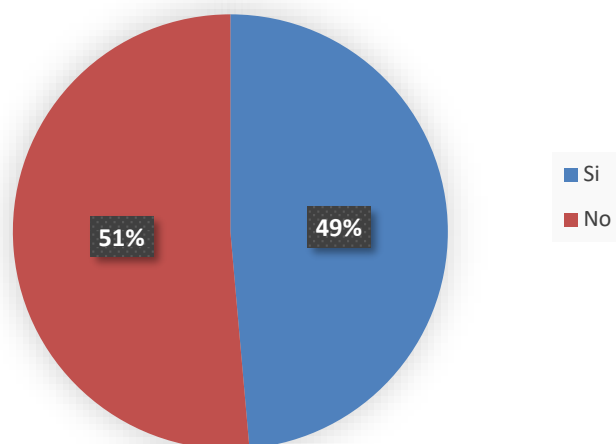


Figura N 19: El grado de instrucción del personal influye en la calidad del servicio  
 Fuente: tabla 3

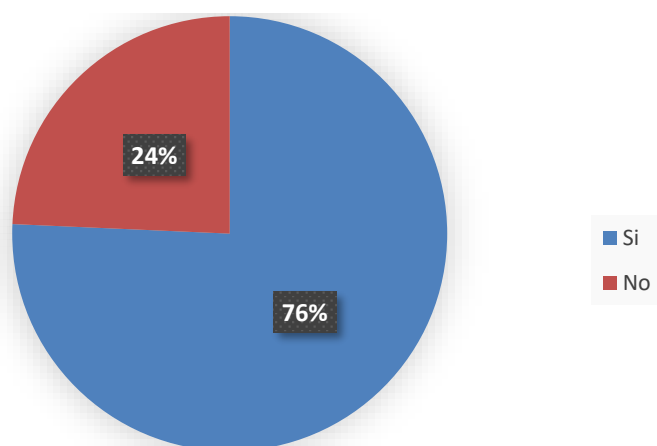


Figura N 20: Su mype cuenta con un libro de reclamaciones  
 Fuente: tabla 3

❖ **Anexo 05: cuestionario**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENYTE EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO CALZADO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, PROVINCIA DEL SANTA PERIODO 2018.

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro calzado del distrito de Chimbote.

La recopilación de la información que nos proporcionará será usada con fines exclusivamente académicas, respetándose así una política de privacidad y será estrictamente confidencial.

Encuestador ..... Fecha .... / ..... / .....

**I. ACERCA DE LOS REPRESENTANTES LEGALES DE LA EMPRESA.**

1. ¿Cuál es el género del encuestado?
  - a) Femenino
  - b) Masculino
  
2. ¿Cuál es su edad?
  - a) 18 – 35 años
  - b) 35 – 50 años
  - c) 50 a mas
  
3. ¿Cuál es su grado de instrucción?
  - a) Primaria
  - b) Secundaria
  - c) Superior

**II. ACERCA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.**

4. La organización es formal o informal

- a) Formal
  - b) Informal
5. ¿Qué cargo tiene usted en la empresa?
- a) Titular gerente (Dueño)
  - b) Administrador
  - c) Gerente
6. Que Tiempo de permanencia tiene su organización en el rubro de calzado
- a) 0 a 3 años
  - b) 4 a 6 años
  - c) 7 a más años
7. A partir de qué edad contratan a sus trabajadores.
- a) Mayor de 25
  - b) Mayor de 18
  - c) Solo hasta 30 años
- 8.Cuál es la finalidad por la que se creó su empresa.
- a) Generar utilidades
  - b) Generar empleo
  - c) Satisfacer la necesidad del cliente
  - d) T. A.

### **III. ACERCA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE.**

9. Usted brinda un producto de calidad
- a) Si
  - b) No
- 10.Cuál es el factor que genera satisfacción a su cliente.
- a) Calidad
  - b) Producto
  - c) Buena atención
  - d) precio
11. Conoce usted la gestión de calidad.
- a) Si
  - b) No
12. Brinda capacitaciones u orientaciones sobre la atención al cliente
- a) Si
  - b) No

13. Considera usted si es importante brindar una buena atención al cliente en su Mype.
- a) Si
  - b) No
14. Crees que la comunicación es fundamental en su MYPE.
- a) Si
  - b) No
  - c) Tal vez
15. Es fundamental contar con un buen control de calidad en su MYPE.
- a) Si
  - b) No
  - c) Tal vez
16. Cree usted que las estrategias y pautas establecen una buena comunicación con el cliente
- a) Si
  - b) No
17. Cree usted que es importante analizar las características de atención al cliente
- c) Si
  - d) No
18. Que técnicas de comunicación usa para relacionarse con su cliente.
- a) Página web
  - b) Redes sociales
  - c) Comunicación directa
  - d) T. A.
19. Considera usted que el grado de instrucción del personal influye en la calidad del servicio.
- a) Si
  - b) No
20. Su organización cuenta con un libro de reclamaciones.
- a) Si
  - b) No

❖ Anexo 06: hoja de resultado de trabajo

**Tabla 01: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro calzado del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.**

<b>PRESUPUESTO</b>	<b>REPUESTAS</b>	<b>TABULACIÓN</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
Genero del encuestado	Femenino		28	76.0
	Masculino		9	24.0
	Total		37	100.0
Edad del encuestado	18 – 35 años		17	46.0
	35 – 50 años		16	43.0
	50 a mas		4	11.0
	Total		37	100.0
Grado de instrucción	Primaria		3	8.0
	Secundaria		21	57.0
	Superior		13	35.0
	Total		37	100.0

**Tabla 02: Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2017.**

<b>PRESUPUESTO</b>	<b>REPUESTAS</b>	<b>TABULACIÓN</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
La organización es formal /informal	Formal		37	100.0
	Informal		0	0
	Total		37	100.0
Qué cargo tiene usted en la empresa	Titular gerente (dueño)		15	41.0
	Administrador		6	16.0
	Gerente		16	43.0
	Total		37	100.0
Que tiempo tiene en el rubro de calzado	0 a 3 años		5	13.5
	4 a 6 años		10	27.0
	7 a más años		22	59.5
	Total		37	100.0
Desde que edad contratan a su personal	Mayor de 25		8	21.6
	Mayor de 18 hasta 30 años		21	56.8
			8	21.6
	Total		37	100.0
Con que finalidad se creó su empresa	Generar utilidades		8	22.0
	Generar empleo		2	5.0
	Satisfacer al cliente		6	16.0
	T.A.		21	57.0
	Total		37	100.0

**Tabla 03: Determinar las características de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio-rubro calzado, en la galería ALAMEDA, del distrito de Chimbote provincia del Santa, año 2017.**

PRESUPUESTO	REPUESTAS	TABULACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Brinda producto de calidad	Si		37	100.0
	No		0	0
	Total		37	100.0
Que factores satisface al cliente en su mype	Calidad		6	16.0
	Producto		13	35.0
	Buena aten.		5	14.0
	Precio		13	35.0
	Total		37	100.0
Tiene algún conocimiento sobre gestión de calidad	Si		32	86.5
	No		5	13.5
	Total		37	100.0
Brinda capacitaciones sobre atención al cliente	Si		26	70.0
	No		11	30.0
	Total		37	100.0
Es importante brindar buena atención al cliente	Si		37	100.0
	No		0	0
	Total		37	100.0
Cree usted que la comunicación es fundamental	Si		34	92.0
	No		0	0



	Tal ves	III	3	8.0
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII II	37	100.0

PRESUPUESTO	REPUESTAS	TABULACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Es importante tener un control de calidad	Si	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII III	33	89.0
	No		0	0
	Tal ves	IIII	4	11.0
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII II	37	100.0
Es importante saber las características de atención al cliente	Si	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII	29	78.0
	No	IIII III	8	22.0
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII II	37	100.0
Que técnicas de comunicación usa con el cliente	Páginas web		0	0
	Redes sociales		0	0
	Comunicación directa	IIII IIII IIII IIII IIII IIII II	27	73.0
	T.A.	IIII III	10	27.0
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII II	37	100.0
Cree usted que el grado de instrucción influye en la calidad del servicio	Si	IIII IIII IIII III	18	49.0
	No	IIII IIII IIII IIII	19	51.0
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII II	37	100.0
Cuenta con libro de reclamaciones	Si	IIII IIII IIII IIII IIII IIII III	28	76.0
	No	IIII IIII	9	24.0
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII II	37	100.0