



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

“GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE
DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR
COMERCIO, RUBRO VENTA DE PRODUCTOS
OFTALMOLÓGICOS, CASCO URBANO DEL DISTRITO DE
CHIMBOTE, 2016”

TESIS, PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

BR. RODOLFO ERICK RUIZ DE LA CRUZ

ASESOR:

DR. REINERIO CENTURION MEDINA

CHIMBOTE – PERU

2018

TÍTULO

**“GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR COMERCIO, RUBRO
VENTA DE PRODUCTOS OFTALMOLÓGICOS, CASCO URBANO
DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2016”**

JURADO EVALUADOR

Dr. José German Salinas

Presidente

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

A dios, por ser el guía en mi camino.

A mis padres, por ser el apoyo para seguir adelante con mis estudios gracias a ello se logró el desarrollo de esta investigación.

A mi tutor Dr. Reinerio Centurión Medina, y a mis amigos quienes me apoyaron en el desarrollo de este proyecto.

A la Lic. Elida Estrada Díaz, quien se encargó de corregir este proyecto para su mejor desarrollo

DEDICATORIA

Con mucho cariño a mis padres, francisco Ruiz y Martha de la cruz, por su apoyo incondicional hacia mí y haberme apoyado en todas las etapas de mi vida

Al asesor, Dr. Reinerio Centurión Medina, y a todos mis docentes por el apoyo incondicional que me brindaron, a través de todos mis años como estudiante.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. El diseño de la investigación fue no experimental - transversal, para el recojo de investigación se utilizó la forma dirigida a una muestra de 11 Mypes de una población de 17, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 100% tiene una educación universitaria. El 100% ocupa el cargo de administradores. El tiempo que desempeña en el cargo es de 7 años a más. En cuanto a la gestión de calidad de la atención al cliente. EL 100% de las Mypes aplica la atención al cliente como una técnica moderna. El 100% si cree que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio. El 100% si cree que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos. Finalmente, se concluye que todos los representantes de las Mypes tiene un grado de instrucción universitaria, el total de los encuestados ocupa el cargo de administrador, cuentan con un tiempo de desempeño en el cargo de 7 años a mas, aplican como técnica moderna la atención al cliente, creen que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio, también creen que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos.

Palabra clave: Atención al cliente, Gestión de Calidad y Mype.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the main characteristics of quality management in customer service for micro and small companies in the commerce sector - sales of ophthalmological products, urban area of Chimbote district, 2016. The design of the The research was not experimental - transversal, for the research gathering we used the form directed to a sample of 11 Mypes from a population of 17, to whom a structured questionnaire of 23 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 100% have a university education. 100% hold the position of administrators. The time he is in office is 7 years or more. Regarding the quality management of customer service. 100% of Mypes apply customer service as a modern technique. 100% if you believe that quality management contributes to business performance. 100% if you believe that quality management helps achieve the objectives. Finally, it is concluded that all Mypes representatives have a university degree of education, the total of the respondents occupies the position of administrator, they have a performance time in the position of 7 years or more, they apply as modern technique the attention To the client, they believe that quality management contributes to business performance, they also believe that quality management helps achieve the objectives. Keyword: Customer service, Quality Management and Mype.

CONTENIDO

1. Título de la tesis:.....	i
2. Hoja de firma del jurado evaluador:.....	ii
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria:.....	iii
4. Resumen y Abstract:.....	v
5. Contenido:.....	vii
6. Índice de tablas y figuras:.....	viii
I. INTRODUCCIÓN:	10
II. REVISIÓN DE LITERATURA:	15
III. HIPÓTESIS:	27
IV METODOLOGÍA:	28
4.1 Diseño de la investigación.....	28
4.2 Población y muestra.....	28
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	29
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	29
4.5 Plan de análisis.....	30
4.6. Matriz de consistencia.....	30
4.7. Principios éticos.....	32
V. RESULTADOS:	33
4.1 Resultados	33
4.2 Análisis de resultados.....	37
VI. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES.....	42
Referencias bibliográficas.....	43
Anexos.....	46

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS:

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ventas de productos oftalmológicas casco urbano del distrito de Chimbote. 2016.47

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de productos oftalmológicos casco urbano del distrito de Chimbote. 2016.....48

Tabla 3. Características de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de productos oftalmológicos casco urbano del distrito de Chimbote. 2016.....49

FIGURAS (anexos)

Figura 1: Edad..... 51

Figura 2: Genero..... 51

Figura 3: Grado de instrucción..... 51

Figura 4: Cargo que desempeña..... 51

Figura 5: Tiempo que desempeña en el cargo..... 52

Figura 6: Tiempo de permanencia en el rubro..... 52

Figura 7: Número de trabajadores..... 52

Figura 8: Las personas que trabajan en su empresa son:..... 52

Figura 9: Objetivo de su creación..... 52

Figura 10: Conoce el término de gestión de calidad..... 53

Figura 11: Que técnicas modernas de gestión de calidad conoce..... 53

Figura 12: Que dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad 54

Figura 13: Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.....	54
Figura 14: La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	54
Figura 15: La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización.....	.54
Figura 16: Conoce el término de atención al cliente.....	55
Figura 17: Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	55
Figura 18: Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento.....	55
Figura 19: la atención que brinda es :.....	55
Figura 20: Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente	56
Figura 21: Aplica técnicas modernas de atención al cliente dentro de su microempresa....	56
Figura 22: Cree usted que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes.....	..56
Figura 23: Cree usted que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.....	.56

I. INTRODUCCIÓN

Valdi, (2015). Hace 20 años atrás, este tipo de empresas denominadas Micro y pequeñas empresas, surgieron a partir de dos formas: Por un lado, aquellos que se originan como empresas propiamente dichas, es decir, en las que se puede distinguir correctamente una organización y una estructura, donde existe una gestión empresarial (propietario de la firma) y el trabajo remunerado. Por otro lado, están aquellas que tuvieron un origen familiar caracterizadas por una gestión a lo que solo le preocupó su supervivencia, sin prestar demasiada atención a temas tales como: el costo de oportunidad del capital, o la Inversión que permita el crecimiento, aunque con algunas limitaciones en materia de equipamiento, organización, información y conocimiento. Vásquez, (2013). En la actualidad las Micro y pequeñas empresas representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, éste porcentaje que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo, las Micro y pequeñas empresas brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que: Proporcionan abundantes puestos de trabajo. Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos. Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población. Son la principal fuente de desarrollo del sector privado. Mejoran la distribución del ingreso. Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico. A pesar de la importancia que representan las micro y pequeñas empresas, muchos de ellos tienen problemas que limitan su crecimiento y desarrollo en el mercado empresarial. Una de ellas es la falta de implementación de la gestión de calidad en atención al cliente. Pero este problema no solamente es a nivel nacional, si no también internacional por mencionar. Gallego, (2013). En Europa las Micro y pequeñas empresas están pasando por graves problemas por falta de apoyo de sus autoridades. En España las llamadas pymes son el motor del movimiento económico que genera

un 64.8 % del valor añadido y emplea al 74.9 % de los trabajadores. Unos de sus principales problemas tradicionales de las micro y pequeñas empresas a los que se enfrentan son la falta de dinero y la baja productividad, lo que ha provocado una desaceleración de las pymes en comparación a las grandes empresas, al no tener estos recursos, ya no invierten en gestión de calidad y la empresa pierde su equilibrio y se pierden todos sus objetivos. Amestoy, (2009). En América Latina las Micro y pequeñas empresas han sido afectadas duramente por la crisis actual, han sufrido caídas en sus ventas. La crisis es un aviso a los gobiernos en América Latina sobre la urgente necesidad de crear un entorno propicio en el que las Micro y pequeñas empresas puedan prosperar y proveer empleo decente a las personas que trabajan en ellas. Es una invitación a simplificar la regulación, mejorar los servicios y construir a la sociedad. Quiñonez, (2012). En la República del Ecuador, las micro y pequeñas empresas representan el 95% de las unidades productivas, generan el 60% del empleo, participan del 50% de la producción, tienen un amplio potencial redistributivo, refieren capacidad de generación de empleo, amplia capacidad de adaptación, flexibilidad frente a los cambios y estructuras empresariales horizontales. No obstante a estos beneficios predomina también una limitada tecnología y maquinaria para la fabricación de productos, poco conocimiento del personal, inadecuado equipamiento, limitada capacidad de exportación a causa del desconocimiento de procedimientos, débil cadena logística, esto se genera por una inadecuado implemento de gestión de calidad en sus procesos. Calderón, Fernández, (2006). En Chile se ha realizado un especial esfuerzo por reconocer y estimular el espíritu emprendedor de chilenas y chilenos. Se ha enfatizado el trabajo con las pequeñas empresas, por su significativa contribución al empleo y al crecimiento económico del país. Para crecer con igualdad necesitamos micro y pequeñas empresas con reales oportunidades de expansión. En los últimos 5 años, se ha dictado un conjunto de leyes para facilitar la constitución y desarrollo de empresas También, se ha promovido la cooperación entre el sector público y privado para el diseño y realización de estrategias de desarrollo de las micro y pequeñas empresas utilizando una gestión de calidad adecuada y que ayude con la conexión de todas las áreas de trabajo mediante estrategias y herramientas que

brinda una buena gestión. Martínez, (2007). Por mencionar a algunos países que conforman América Latina en Chile hay alrededor de 1.4 millones de Mypes, sin embargo la mitad de ellas son informales. Las Mypes generan 3 millones de puestos de trabajo (formales e informales) donde se centra principalmente en los sectores de: comercio, transporte, agricultura e industria. Ministerio de trabajo, (2001). La Micro y Pequeña Empresa en el Perú es indiscutible, tanto por su importancia numérica como por su capacidad de absorción de empleo. Los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares 2015 – III muestran que una importante proporción de la PEA ocupada nacional trabaja en la microempresa, aproximadamente el 18.7%, proporción sólo superada por la participación de los trabajadores independientes no calificados (36.7%). Tanto los países desarrollados como los subdesarrollados presentan una elevada participación de la microempresa en el universo empresarial así como altas tasas anuales de nacimiento de micro negocios. No obstante, en los países subdesarrollados y particularmente en el Perú, la mayoría de las microempresas no cuentan con una gestión de calidad que les permita desarrollar nuevas formas de trabajo, es por ello que presentan serias limitaciones en su desempeño como consecuencia de la baja calificación del empresario y de los trabajadores y de los escasos activos fijos que poseen; así, la microempresa suele mostrar baja productividad, productos de baja calidad, desperdicio de recursos, problemas de comercialización, ingresos reducidos, entre otros, lo cual se traduce en altos índices de subempleo y pobreza asociados a este sector. Estas características explican que diversos investigadores e instituciones hayan elaborado diagnósticos y propuestas de políticas de apoyo y fomento a la microempresa con el fin de mejorar su desempeño y aliviar la pobreza de la población ocupada en ella. Las investigaciones, sin embargo, enfatizan también la existencia de fortalezas y potencial en sectores de la microempresa que, aun compartiendo las debilidades descritas anteriormente, muestran potencial de desarrollo; estas microempresas, debidamente apoyadas con una buena gestión de calidad podrían cambiar todos estos problemas ya que con servicios de desarrollo, tendrían un papel importante que desempeñar en la construcción de un tejido empresarial moderno y sólido.

En la región Ancash como en todo el Perú las Micro y pequeñas empresas no cumplen con todos los requisitos de una empresa formal, el motivo de esta situación es una deficiente organización a nivel empresarial que involucra aspectos económicos, administrativos y de una mala gestión, para elaborar sus objetivos, se da por la falta de interés del estado y del empresario, por no proporcionar apoyo para que estas micro y pequeña empresa ingresen al mundo formal, las Micro y pequeñas empresas en nuestra región están limitadas no tienen una cultura competitiva como otras empresas de mayor tamaño, estas limitaciones se presentan porque el empresario no se preocupa por dar una valoración a su gestión de calidad.

En Chimbote, así mismo, como en el país y la región, las micro y pequeñas empresas tienen problemas en su funcionamiento, son empresas sin ningún tipo de estructura organizacional, no tiene un objetivo y mucho menos un plan a largo plazo, es por ello que estas micro y pequeñas empresa desaparecen del mercado local en poco tiempo y no llegan a crecer como otras empresas, que ya tienen una posición en el mercado local. Por tanto, se plantea el siguiente problema de investigación. ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos del casco urbano distrito de Chimbote, 2016?

Para dar respuesta al problema, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos del casco urbano distrito de Chimbote, 2016. Y para conseguir el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos del casco urbano distrito de Chimbote, 2016.
- Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos del casco urbano distrito de Chimbote, 2016.

- Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro oftalmológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

La investigación se justifica porque permitirá obtener aspectos teóricos sobre la gestión de calidad en la atención al cliente, que se aplican en las micro y pequeñas para su crecimiento y desarrollo.

Además se justifica porque nos da a conocer las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en el ámbito del estudio, las cuales permanecerán generando conocimiento en desarrollo de una buena gestión.

Se justifica por que permitirá a los administradores aplicar la gestión de calidad y atención al cliente en sus micros y pequeñas empresas, utilizando recursos como el uso del marketing, outsourcing, atención al cliente, etc. Estas herramientas ayudaran a tener una mejor eficiencia y eficacia en todos los procesos que se lleven a cabo dentro y fuera de la empresa. También se justifica por que permitirá brindar información nueva a los pequeños empresarios, a aquellos que recién inician un negocio se les proporcionara información sobre el uso de aquellas herramientas que les permitirán mejorar su negocio, para luego convertirlas en empresas. Finalmente, se justifica porqué esta investigación servirá de base para otras investigaciones futuras, sobre cómo aplicar una herramienta de gestión de calidad y que permita alcanzar objetivos planteados por los empresarios. Esta investigación, no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario la beneficiará, siendo viable su ejecución en beneficio de la micro y pequeña empresa.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Espinoza, (2014). En su estudio de investigación titulada: caracterización de formalización y gestión de calidad de las Mypes comerciales rubro calzado (Piura), año 2013. Llego a los siguientes resultados: El 56.67% manifestaron que SÍ recibe información, el 56.67% manifestó que la buena atención SÍ determina la calidad del servicio, el 63.34% respondieron que SÍ creen que la empresa basa su crecimiento en las características del servicio que brinda, el 63.34% respondió que SÍ utiliza métodos para mejorar los procesos de autoevaluación y revisiones, el 70% están convencidos que una buena gestión de calidad SÍ genera el éxito en la empresa, el 70% de los entrevistados comentó que sí existen facilidades para formar una empresa, el 96.67% respondieron que SÍ cree que está en constante crecimiento, el 96.67% comenta que SÍ trabaja con mecanismos que garantizan la calidad de servicio, el 83.34% comentaron que SÍ realizan mediciones de los procesos de la gestión de calidad para determinar que sí se logran los objetivos planificados, el 86.67% comentaron que SÍ ha facilitado la promoción de objetivos para incrementar la conciencia, motivación y participación de los trabajadores, el 96.67% de los directivos contestaron que SÍ han utilizado métodos correctivos y preventivos para identificar áreas de mejora, el 77% que la productividad se encuentra en el nivel alto, el 60% de los trabajadores respondió que a veces son necesarias. Se concluye que:

Se logró comprobar que la formalización sí 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 ha 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, con este proceso de innovación emplearon ventajas competitivas de forma sistemática, las cuales facilitaron una rentabilidad mejorada para su

empresa y por ende participan en la cadena productiva, contribuyendo asimismo con los indicadores económicos en la economía Peruana. - 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. También han aplicado estrategias e ideas innovadoras como brindar una mejor atención al cliente, determinándose que si trabajan con mecanismos de control de calidad al aplicar nuevos métodos de trabajo.

Abanto, (2014). En su estudio de investigación titulada: gestión de calidad y formalización de las Mypes del sector comercio rubro – compra y venta de calzado en el centro comercial “el virrey” - Trujillo, año 2013. Llego a los siguientes resultados: El 50% tiene edad entre 30 a 50 años. El 75% es de género masculino, el 37.50% tiene secundaria completa, el 100%, la totalidad sí comercializa productos fabricado mediante proceso estandarizado de producción, el 75% utiliza un plan estratégico, el 87.50% no conoce las normas ISO, el 62.50% si ha implementado el servicio pre y posventa con ayuda de las redes sociales, el 62.50% ayudo al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente, el 75 si actualiza modelos del producto, según los gustos y preferencias del cliente, el 50 % si evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto, el 75 % sí usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto, el 100 %, la totalidad de las empresas sí cumple los requisitos para ser una empresa constituida, Se concluye que:

La mitad de las Mypes encuestadas se establece que los representantes tienen entre 30 a 50 años, la mayoría son de género masculino y la mayoría relativa tienen secundaria completa. Todas las Mypes encuestadas comercializan productos fabricados mediante proceso estandarizado de producción, la mayoría de los encuestados no conoce las normas ISO de certificación de calidad, han implementado el servicio de pre y posventa con la ayuda de las redes sociales, capacitó al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente en el año 2013, actualizan modelos del producto, según gustos y preferencias del cliente, usan las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto, la mitad de los encuestados evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización de su producto.

Valderrama, (2015). Gestión de calidad y competitividad de las Mypes del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014. Llego a los siguientes resultados: El 42.86% de los representantes de las Mypes tienen la edad entre 50 y 60 años, el 53.3% de los empresarios cuentan con estudios secundarios, el 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años, el 66.7% de estas microempresas tienen más demanda en calzado para damas, el 46.7% de las Mypes dijeron que sus clientes tienen en cuenta la calidad, el 40% de los microempresarios determinan su calidad a través de la materia prima, el 40% de los empresarios utilizan controles posteriores a su fabricación, el 80% de las Mypes hacen cambio o mantenimiento de su maquinaria cuando es necesario. De las 15 microempresas 10 se consideran competitivas con 66.7%. No se consideran competitivas indicando que es por la falta de maquinaria importada con un porcentaje del 60%. Se diferencian de su competencia por sus precios con un 33.3%, y por la calidad de su calzado con un 33.3%. De las 15 Mypes 9 se dan a conocer mediante afiches con un 60%. Se concluye que:

Podemos concluir según las encuestas que la edad por género de los representantes y dirigentes de las microempresas de calzado del distrito el Porvenir, contamos que entre la edad promedio de los representantes de las Mypes está entre 50-60 años, lo que nos indica que son personas completamente maduras con un grado de instrucción básico con un 53.3% ya que la mayoría de los microempresarios solo tienen estudios secundarios. Por lo general el 60% de estas Mypes vienen realizando sus actividades durante más de diez años lo que indica que cuentan con bastante experiencia en rubro de venta de calzado, contando con una demanda del 66.75%, en calzado para damas y menos del 50% en calzado para caballeros, lo que indica que estas empresas tienen mayor representación en el mercado en venta de calzado para mujer. Se llegó a la conclusión que los clientes antes de adquirir los productos tienen en cuenta la calidad y el precio como requisito de compra con un 46.7% en calidad y en el precio con 33.3%; la variación que hay entre las dos es mínima por lo tanto se debe trabajar en los dos factores de manera equitativa. Por otro lado, tenemos que estas empresas determinan su calidad a través de su materia prima con las que trabajan con un 40%, y las demás en la mano de obra con los que cuentan para sus procesos con un 33.3%. Podemos concluir que mayormente estas empresas realizan controles posteriores a la fabricación del calzado con un 40%, y un 26.7%, no emplean ningún control en sus

procesos, por lo tanto, corren el riesgo de que sus productos terminados resulten fuera de las especificaciones correctas o defectuosos que ocasione posiblemente pérdida de clientes. Las Mypes con un porcentaje del 80% sí realizan cambios y mantenimiento de sus maquinarias de producción cuando es necesario, es decir, que estas empresas sí están pendientes de las circunstancias que se presentan en el desarrollo de sus actividades de fabricación. Según las encuestas, el 33.3% de las Mypes no se consideran competitivas por la falta de maquinaria importada y escasas de materia prima, representando un punto de baja competitividad, ya que al no contar con materia prima oportuna y maquinaria que requieren ciertos zapatos, la producción de los lotes de calzado se verá afectada. Por lo tanto, en la rentabilidad de las micro empresa también. Los micro empresarios constataron en la encuesta que su diferenciación como empresa tienen que ver con los precios y por la calidad de su calzado con un 33.3%, Podemos decir, que la diferencia de estas micro empresas de las demás es mínima. La publicidad o los medios que usan estas micro empresas para darse a conocer como empresas es mediante afiches con un 60% de representación en el mercado y un 33.3% con paneles publicitarios.

Prudencio, (2015). Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la lealtad del cliente en la micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de calzados - Huaraz, 2014. Llego a los siguientes resultados: El 35.39% manifestaron tener 29 años de edad, el 61.5% son de sexo femenino, el 48.7% manifestaron tener un grado de instrucción superior universitaria, el 35.9% estuvieron de acuerdo sobre el brindar información en relación a aspectos positivos de la zapatería a otras personas, el 35.9% está fuertemente de acuerdo con recomendar las zapatería a cualquiera que busque su consejo, el 38.5% estuvieron de acuerdo en animar a sus amigos y familiares a hacer operaciones con la zapatería, el 33.3% estuvieron medianamente de acuerdo en seguir la recomendación de la zapatería para la compra del producto, el 28.2% están de acuerdo con la realización de más operaciones con la zapatería en los próximos años, el 28.2% estuvieron en desacuerdo en realizar menos operaciones en los próximos años, 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, el 38.5% manifestaron estar fuertemente de acuerdo a ser fieles con la zapatería de su preferencia, el 41% están de acuerdo pagar precio más alto que en otras zapaterías, el 33.3% estuvieron de acuerdo con cambiar su fidelización en caso de

haber problemas con la zapatería, el 25.6% indicaron ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre la intención de informar a otros clientes en caso de tener experiencia negativa, el 33.3% afirmaron estar fuertemente de acuerdo en hacer un reclamo a otras entidades como la asociación de consumidores si tuviera problemas, el 46.4% expresaron fuertemente de acuerdo de hacer un reclamo al administrador o dueño en caso de tener problemas. Se concluyó que:

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 los clientes de las zapaterías son fieles al negocio y no cambiarían a otro negocio aún le ofrecieran mejores precios, aún sí 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.

Poma, (2015). Caracterización de la gestión de calidad bajo el cumplimiento del procedimiento de compras en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro venta minorista de artículos de ferretería en el distrito de Huaraz 2015. Llego a los siguientes resultados: el 60% manifiesta tener de 38 – 47 años, el 83% son de sexo masculino, el 45% manifiesta tener un grado de instrucción superior universitaria, el 80% manifiesta que nunca utiliza la requisición de compra, el 80% manifiesta que nunca revisa la requisición este llenado de la forma correcta, el 40% manifiesta que pocas veces evalúa las fuentes de suministro, el 60% manifiesto que pocas veces localiza con facilidad sus

fuentes de suministro, el 65% manifestó que pocas veces utiliza catálogos y medios de publicidad para localizar las fuentes de suministro, el 30% manifiesta que algunas veces utilizan las fuentes de reclutamiento de proveedores, el 40% manifiesta que nunca evalúa a sus proveedores, el 70% manifiesta que nunca utiliza medios de evaluación de proveedores, el 65% manifiesta que siempre trabajan constantemente con los mismos proveedores, el 50% manifiesta que nunca cumplen con todos los pasos de los medios de selección de proveedores, el 40% manifiesta que nunca utiliza la orden de compra, el 30% manifiesta que nunca es muy importante la orden de pedido, el 80% manifiesta que algunas veces tienen problemas con el tiempo de entrega de productos, el 30% manifiesta que pocas veces controla el seguimiento del pedido, el 30% manifiesta que siempre suele numerar en serie sus pedidos, el 95% manifiesta que nunca utiliza un contrato de compra, el 95% manifiesta que nunca realiza la validación de los contratos, el 95% manifiesta que nunca realiza contratos con sus proveedores. Se concluye que:

La Gestión de calidad, parte esencial de esta investigación es entendida como un conjunto de normas correspondientes a una organización vinculadas entre sí, a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma. Es por ello, que el objetivo principal de esta tesis fue describir las principales características de la gestión bajo el cumplimiento del procedimiento de compras en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de artículos de ferretería en el distrito de Huaraz; en respuesta a este objetivo se observan resultados que nos muestran que el mayor porcentaje de los gerentes de las ferreterías son varones adultos con un grado de instrucción superior universitario. Además, estos gerentes de las ferreterías perciben un alto grado de deficiencia respecto a la gestión de calidad porque, no consideran el procedimiento de compras importante para realizar las compras de sus productos. En relación a las características de los gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, un gran porcentaje de ellos tienen de 38 - 47 años de edad, son varones y con estudios superiores universitarios. Esto nos permite observar que este grupo de personas en particular consideran importante formar su propio negocio. Respecto a los documentos de requisición, los resultados del estudio nos muestran que los gerentes de las ferreterías no utilizan los documentos de requisición, así como pocas veces localizan las fuentes de

suministro para adquirir sus productos. También se observa que los gerentes de las ferreterías nunca utilizan medios de reclutamiento de proveedores, ellos generalmente trabajan con los mismos proveedores de siempre, no se dan el afán de buscar nuevos proveedores, al igual que pocas veces utilizan los pedidos u órdenes de compra para su negocio. Igualmente los gerentes de las ferreterías mencionaron que nunca realizan contratos de compra con sus proveedores la mayoría de las veces sus compras lo realizan por vía telefónica o con agentes de venta que acuden a su local a ofrecer algún producto. Finalmente se observa que los gerentes de las ferreterías no tienen el conocimiento de cómo realizar el procedimiento de compras utilizando el procedimiento para realizar una buena compra.

Espinoza, (2014). Caracterización de formalización y gestión de calidad de las Mypes comerciales rubro calzado (Piura), año 2013. Llego a los siguientes resultados: el 56.67% manifestó que la buena atención SÍ determina la calidad de servicio, el 63.34% respondieron que SÍ creen que la empresa basa su crecimiento en las características del servicio que brinda, el 63.34% respondió que SÍ utiliza métodos para mejorar los procesos de autoevaluación y revisiones, el 70% están convencidos que una buena gestión de calidad SÍ genera el éxito en la empresa, el 70% de los entrevistados comentó empresas, el 96.67% respondieron que SÍ cree que está en constante crecimiento, el 96.67% comenta que SÍ trabaja con mecanismos que garantizan la calidad de servicio, el 83.34% comentaron que SÍ realizan mediciones de los procesos de la gestión de calidad para determinar que sí se logran los objetivos planificados, el 86.67% comentaron que SÍ ha facilitado la promoción de políticas y objetivos para incrementar la conciencia, motivación y participación de los trabajadores, el 96.67% de los directivos contestaron que SÍ han utilizado métodos correctivos y preventivos para identificar áreas de mejora, el 77% que la productividad se encuentra en el nivel alto. Se concluye que:

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, con este proceso de innovación emplearon ventajas competitivas de forma sistemática, las cuales facilitaron una rentabilidad mejorada para su empresa y por ende participan en la cadena productiva, contribuyendo asimismo con los indicadores económicos en la economía

Peruana. 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. También han aplicado estrategias e ideas innovadoras como brindar una mejor atención al cliente, determinándose que si trabajan con mecanismos de control de calidad al aplicar nuevos métodos de trabajo.

2.2 BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Las micro y pequeñas empresas: según la ley 28015 (2003). Las micro y pequeñas son constituidas por personas jurídicas o naturales que estén organizadas bajo una gestión empresarial dictadas por la legislación vigente de nuestra constitución, que tiene como finalidad desarrollar actividades de comercialización, producción y transformación de servicios y bienes prestados al país. Se puede mencionar que el 72.2% de las Mypes dedicadas a la oftalmología tienen un tiempo de permanencia en el mercado de 7 años a más.

Características de las micro y pequeñas empresas.

Según congreso de la Republica ley 30056 (2013). Las micro y pequeñas empresas deben de regirse a un régimen de categorías establecidas por el estado y están divididas en diferentes niveles:

- Micro empresa: cuenta con un máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: las ventas anuales deben ser superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.
- Mediana empresa: ventas superiores a 1700 UIT hasta el monto máximo de 2300 UIT. Según las Mypes encuestadas el 100% de ellas cuentan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores y serian catalogadas como micro empresas.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Según; Sánchez, (2014). Señala que, las micro y pequeñas empresas en el Perú son de vital importancia para el desarrollo del país. En tal sentido las Mypes cumplen un rol

importante para la generación de empleo aunque no están muy bien estructuradas debido a las diferentes regímenes tributarios y a la escasa ayuda que reciben por parte del estado.

Según el ministerio de trabajo informa que las Mypes son generadoras del 80% del trabajo en el Perú y son generadoras del 45% del producto bruto interno.

Tipo de Micro y Pequeñas Empresas

Según; Balbuena, (2013). Menciona que existen tres tipos de Mypes las cuales mencionaremos a continuación:

- Micro y pequeñas empresas de Acumulación: Tienen la capacidad de generar dinero rápidamente, para luego invertirlo en su propio negocio y de esta manera generar más ganancias.
- Micro y pequeñas empresas de Subsistencia: Este tipo de empresas no están muy bien constituidas y tienen problemas en la generación de utilidades, es por ello que no llegan a desarrollarse.
- Nuevos emprendimientos: Este tipo de empresas cuenta con la capacidad de generarse nuevas ideas para el mejoramiento de su empresa y hacerse más competitivas en el mercado.

Gestión de Calidad

Gestión: Según; Vilcarromero, (2013). Nos indica que la gestión es un medio por el cual planteamos nuestros objetivos para realizar nuestras actividades. En tal sentido la gestión es un sistema que nos permite organizarnos y establecer estrategias para el buen funcionamiento de los procesos que deseamos realizar.

Calidad: Según; Gutiérrez, (2014). La calidad es un conjunto de elementos que determina la confiabilidad de un producto o servicio brindado. Desde tiempos remotos los seres humanos siempre hemos seleccionado lo mejor para nosotros, como los alimentos, vestuarios, etc. Esto nos permite escoger lo mejor y de esta manera satisfacer nuestras necesidades.

Gestión de Calidad

Según Duque (2015). La gestión de calidad, es un conjunto de sistemas que permite establecer medidas de control dentro de una organización, de esta manera dicha organización tendrá más control de sus procesos y cumplir con sus objetivos. Cabe

considerar que en la realidad el 90.9 % de las Mypes no conoce el término de gestión de calidad y esto se debe al desconocimiento de los encargados sobre la importancia que tiene esta herramienta para sus negocios.

Tipo de Gestión

- Según Universidad politécnico gran Colombia (2017). La gestión humana, tiene la tarea de seleccionar al personal indicado selecciona perfiles y los designa para cada área correspondiente de la empresa.
- Según Ministerio del ambiente (2017). La gestión ambiental, es el conjunto de normas encargada de preservar la naturaleza, dándoles un mejor uso a los recursos naturales, para que de esta manera sean sostenibles y no contaminarlos.
- Según Rodríguez (2013). La gestión gerencial, consiste en establecer medidas para guiar a las diferentes áreas de una empresa, utilizando planes y estrategias que le permitan alcanzar sus objetivos, para que de esta manera cumplan con las actividades correspondientes. Gestión del conocimiento, utiliza procesos de organización para enseñar a sus colaboradores las diferentes actividades que se realizan en la empresa, de una manera eficiente y sistemática.

Autores de Gestión de Calidad

Duque, (2015). Philip Crosby, calidad total cumple con todos los estándares de calidad según requeridos por una empresa. Joseph juran, calidad total asegurarse que todos los productos cumplan con sus respectivos elementos de seguridad envase a parámetros de calidad y diseño. Kaoru Ishikawa, cuando el producto cumple su objetivo y logra la satisfacción del consumidor.

Atención al Cliente

Atención: Según; Estrada, (2011). Es la acción que se realizar al ofrecer un producto o servicio, brindándoles una atención especial para que el cliente se sienta cómodo y pueda efectuar su compra, de esta manera el cliente se siente satisfecho del servicio prestado.

Cliente: Según; Thompson, (2006). Es aquella persona que desea un producto o servicio a partir de un pago, existen diferentes tipos de clientes: el cliente agresivo, es aquella

persona que levanta la voz por cualquier motivo, cliente abusivo, son aquellas personas que se acercan a los negocios y cuestionan lo que se vende y ponen en tela de juicio las garantías de los productos. Cliente quejumbroso crónico, son aquellos clientes que se quejan por todos y nunca están contentos con los productos o servicios que se les ofrece.

Atención al Cliente

Según; Secchi, (2013). Conjuntos de actividades que ayudan a los negocios a que sus clientes obtengan sus productos en el momento adecuado, por otro lado la atención al cliente se basa en tratar bien al cliente dándoles las mejores comodidades dentro y fuera del local para que este pueda realizar su compra. También se puede mencionar que el 100% de las Mypes reconoce la importancia que tiene esta herramienta es por ello que el 100% brindan una buena atención a sus clientes para que ellos vuelvan al establecimiento.

Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas

Según; Zuta, (2009). La gestión de calidad tiene la función de implementar sistemas para el buen desarrollo de los procesos de las empresas, de esta manera la empresa se vuelven más competitiva en el mercado y atrae a nuevo clientes.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Historia de las ópticas

Las ópticas en nuestra ciudad fueron llegando de la capital (lima), debido a que en Chimbote aún no existían las oftalmologías, al principio fueron establecimientos pequeños, no contaban con aparatos especializados en la medición de la vista, los clientes desconfiaban de las garantías que ofrecían los establecimientos, es por ello, que viajan a otras ciudades para tratarse algún problema visual.

En la Actualidad

Las oftalmológicas cuentan con aparatos especializados en la medición visual gracias al desarrollo de la tecnología, hoy en día las oftalmologías pueden detectar problemas visuales y tratarlos con el mayor cuidado.

Los Negocios de Productos Oftalmológicos

Ofrecen a sus clientes una variedad de productos para los problemas visuales, estos negocios se enfocan en la seguridad del paciente, brindándoles la mejor atención para que el cliente se sienta satisfecho con el servicio brindado.

Las Micro y Pequeña Empresa de Elaboración de Productos Oftalmológicos y la Gestión de Calidad y Atención al Cliente.

Las empresas están constituidas por medio de personas naturales o jurídicas, que buscan expandir sus negocios a través de una buena gestión d calidad. Estas empresas cuentan con un total de 3 a 5 trabajadores, los dueños de estos establecimientos suelen tener de uno a dos locales, los clientes que acuden son: niños, jóvenes y ancianos, debido a que las enfermedades oftalmológicas atacan a cualquier persona de distintas edades.

Gestión de Calidad

Es un sistema que permite al administrador organizar, planificar y dirigir todos los movimientos o procesos de la empresa, desde el inicio del producto o servicio hasta la llegada al cliente, este sistema proporciona a la empresa un medio por el cual esta mejore su servicio y proceso para obtener una calidad más consiente.

Atención al Cliente

Es un servicio que brinda la empresa a sus clientes para comunicarse directamente con ellos en caso de que estos tengan inquietudes, sugerencias y reclamos. También se usa para relacionarse con los clientes y ofrecerles productos para satisfacer sus necesidades.

Gestión de Calidad y Atención al Cliente

Estas herramientas permiten al administrador tener un mejor control de su establecimiento, permite implementar medidas de seguridad ante cualquier amenaza del mercado, establecer objetivos, desarrollar nuevas técnicas de ventas, etc.

III. HIPÓTESIS

En la investigación, gestión de calidad y la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de productos oftalmológicos casco urbano Chimbote, 2016. No se plantea hipótesis por ser de nivel descriptivo.

IV METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la Investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño NO experimental – transversal- descriptivo- cuantitativa.

- Fue no experimental porque en el estudio no se manipulo ni se sometió a ninguna tipo de cambio a las variables gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas
- Fue transversal porque la investigación se realizó en un tiempo determinados el cual fue el 2016
- Fue descriptivo porque en el estudio de investigación solo se describió las características de las variables gestión de calidad en atención al cliente.
- Fue cuantitativa por que tendrá una estructura la cual se podrá medir, además se utilizara instrumentos de medición y evaluación, los cuales serán cuantificados para obtener los resultados

4.2 Población y Muestra

Se utilizó una población de 17 Mypes del sector comercio - rubro venta de productos oftalmológicos del distrito de Chimbote, 2016. La información de los datos de los representantes, de las Mypes y de la gestión de calidad, se obtuvo a través de un sondeo, se contabilizo una por una cada Mype, las cuales fueron ingresadas en un cuadro de sondeo, para luego contabilizarlas.

Se utilizó una muestra de 11 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de productos oftalmológicos del distrito de Chimbote, 2016. Debido a que 6 Mypes se negaron a brindar información.

4.3 Definición y Operacionalización de la Variable

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	MEDICIÓN
Gestión de calidad en la atención al cliente	Estas dos herramientas permiten al administrador tener conocimientos del trabajo que se va a realizar en la empresa, son recursos que se adquieren, para un mejor desenvolvimiento de los trabajadores y de los procesos a realizar, al aplicar estas herramienta generamos un clima laboral ameno, generamos satisfacción del trabajador y del cliente.	Herramientas	Crear herramientas. Compartir herramientas. Utilizar herramientas.	Nominal
		Conocimientos	Crear conocimiento Compartir conocimiento. Aplicar conocimiento.	Nominal
		Trabajo	Generar trabajo Realizar trabajo Culminar trabajo	Nominal
		Recursos	Recursos humanos Recursos económicos. Recursos tecnológicos.	Nominal
		Desenvolvimiento	Desenvolvimiento administrativo Desenvolvimiento personal Desenvolvimiento cliente	Nominal
		Clima laboral	Trabaja. Tranquilos Aumenta la producción. Buena atención.	Nominal

4.4 Técnicas e Instrumentos

La técnica que se utilizó, para recolectar la información fue: la encuesta, porque esta técnica permitió obtener información dada por los representantes de las Mypes. Las cuales eran de mucho interés para la investigación

En el trabajo realizado se utilizó la encuesta como técnica, porque se recopilaban datos, de donde se obtuvo información acerca de los representantes de las Mypes. El instrumento utilizado para registrar la información obtenida, fue el cuestionario, que contó con un conjunto de 23 preguntas preparadas sobre hechos y aspectos que interesaban al investigador, las cuales fueron separadas en tres grupos de preguntas:

1. características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ventas de productos oftalmológicos casco urbano del distrito de Chimbote. 2016. Cuenta con cinco preguntas.
2. características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de productos oftalmológicos casco urbano del distrito de Chimbote. 2016. Cuenta con cuatro preguntas.
3. características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de productos oftalmológicos casco urbano del distrito de Chimbote. 2016. Cuenta con catorce preguntas.

4.5 Plan de Análisis

Se utilizó el programa Excel para vaciar los datos y obtener los resultados de las tablas absolutas y relativas, ya que este programa cuenta con funciones de conteo sistemático

Se utilizara el programa Excel para elaborar las tablas absolutas y relativas, ya que este programa cuenta con funciones de conteo sistemático, puesto que se pueden establecer criterios predeterminados, después, se elaboran las figuras circulares que se presentaran como anexo y que ayudaran a describir a la variable.

4.6 Matriz de Consistencia

Problema de la Investigación	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología	Técnica e Instrumento
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micros y	OBJETIVO GENERAL: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente	GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE Estas dos herramientas permiten al administrador	Población: Se utilizó una población de 17 Mypes del sector comercio - rubro venta de productos	Diseño de la Investigación Para la elaboración del presente trabajo de investigación	La técnica que se utilizó, para recolectar la información fue: la encuesta, porque esta técnica permitió

<p>pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de productos oftalmológicos del casco urbano distrito de Chimbote 2016?</p>	<p>de las micros y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de productos oftalmológicos del casco urbano distrito de Chimbote 2016.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de productos oftalmológicos del casco urbano distrito de Chimbote 2016. • Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de productos oftalmológicos del casco urbano distrito de Chimbote 2016. • Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micros y pequeñas empresas del sector comercio – rubro oftalmológicos del casco urbano distrito de Chimbote 2016. 	<p>tener conocimientos del trabajo que se va a realizar en la empresa, son recursos que se adquieren, para un mejor desenvolvimiento de los trabajadores y de los procesos a realizar, al aplicar estas herramienta generamos un clima laboral ameno, generamos satisfacción del trabajador y del cliente.</p>	<p>oftalmológicos del distrito de Chimbote, 2016. La información se obtuvo a través de un sondeo, se contabilizo una por una cada Mype, las cuales fueron ingresadas en un cuadro de sondeo, para luego contabilizarlas.</p> <p>Muestra: Se utilizó una muestra de 11 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de productos oftalmológicos del distrito de Chimbote, 2016.</p>	<p>se utilizó el diseño NO experimental – transversal-descriptivo-cuantitativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fue no experimental porque en el estudio no se manipulo ni se sometió a ninguna tipo de cambio a las variables gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas. • Fue transversal porque la investigación se realizó en un tiempo determinados el cual fue el 2016. • Fue descriptivo porque en el estudio de investigación solo se describió las características de las variables gestión de calidad en atención al cliente. • Fue cuantitativa por que tendrá una estructura la cual se podrá medir, además se utilizara instrumentos 	<p>obtener información dada por los representantes de las Mypes. Las cuales eran de mucho interés para la investigación. En el trabajo realizado se utilizó la encuesta como técnica, porque se recopilaron datos, de donde se obtuvo información acerca de los representantes de las Mypes. El instrumento utilizado para registrar la información obtenida, fue el cuestionario, que contó con un conjunto de 23 preguntas preparadas sobre hechos y aspectos que interesaban al investigador, las cuales fueron separadas en tres grupos de preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ventas de productos oftalmológicas del casco urbano del distrito de Chimbote. 2016. Cuenta con cinco preguntas 2. características de las micro y
--	--	--	--	---	---

				de medición y evaluación, los cuales serán cuantificados para obtener los resultados.	pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de productos oftalmológicos casco urbano del distrito de Chimbote. 2016. Cuenta con cuatro preguntas. 3. características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de productos oftalmológicos casco urbano del distrito de Chimbote. 2016. Cuenta con catorce preguntas.
--	--	--	--	---	---

4.7 Principios Éticos

- Confidencialidad: los datos entregados por cada dueño de las Mypes no pueden ser rebelados sin autorización de los representantes.
- Confiabilidad: porque cada dato de esta investigación son verdaderos y fueron extraídos de cada uno de los representantes de las micro y pequeñas empresas mediante una encuesta que consta de 23 preguntas.
- Respeto a la Persona: porque cada información brindada por los representantes de cada Mypes son respetados y valorados ya que son de vital importancia para la investigación.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla N° 01: características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ventas de productos oftalmológicas casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

Características	Frecuencia	Frecuencia relativa porcentual
Edad (años)		
18 a 30	0	0,0
31 a 50	7	64,0
51 a mas	4	36,0
Total	11	100,0
Género		
Masculino	9	82,0
Femenino	2	18,0
Total	11	100,0
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0,0
Primaria	0	0,0
Secundaria	0	0,0
Superior no universitaria	0	0,0
Superior universitaria	11	100,0
Total	11	100,0
Cargo que desempeña		
Dueño	0	0,0
Administrador	11	100,0
Total	11	100,0
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3	0	0,0
4 a 6	1	9,00
7 a más años	10	91,0
Total	11	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

Tabla N° 02: Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de productos oftalmológicos casco urbano del distrito de Chimbote. 2016.

Características	Frecuencia	Frecuencia relativa porcentual
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3	2	18,0
4 a 6	1	9,0
7 a más años	8	73,0
Total	11	100,0
Número de trabajadores		
1 a 5	11	100,0
4 a 6	0	0,0
7 a mas	0	0,0
Total	11	100,0
Las personas que trabajan en su empresa son:		
Familiares	0	0,0
Personas no familiares	11	100,0
Total	11	100,0
Objetivo de su creación		
Generar ganancia	11	100,0
Subsistencia	0	0,0
Total	11	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

Tabla N° 03: características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de productos oftalmológicos casco urbano del distrito de Chimbote. 2016.

Características	Frecuencia	Frecuencia relativa porcentual
Conoce el término de gestión de calidad.		
Si	10	91,0
No	1	9,0
Total	11	100,0
Técnicas modernas de gestión de calidad conoce.		
Benchmarking	0	0,0
red – corporativa	0	0,0
Empowerment	0	0,0
Las 5 s	0	0,0
outsourcing	0	0,0
Atención al cliente	11	100,0
Total	11	100,0
Dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad		
Poca iniciativa	1	9,0
Aprendizaje lento	0	0,0
No se adaptan a los cambios	1	9,0
Desconocimiento del puesto	2	18,0
Otros	7	64,0
Total	11	100,0
Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce		
La observación	5	45,0
La evaluación	6	55,0
Escala de puntuaciones	0	0,0
Evaluación de 360°	0	0,0
Otros	0	0,0
Total	11	100,0
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	11	100,0
No	0	0,0
Total	11	100,0
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización		
Si	11	100,0
No	0	0,0
Total	11	100,0

...Continua.

Tabla N° 03: características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de productos oftalmológicos casco urbano del distrito de Chimbote. 2016.

Conoce el termino de atención al cliente		
Si	11	100,0
No	0	0,0
Total	11	100,0
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes		
Si	11	100,0
No	0	0,0
Total	11	100,0
La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento		
Si	11	100,0
No	0	0,0
Total	11	100,0
La atención que brinda es:		
Buena	11	100,0
Regula	0	0,0
Malo	0	0,0
Total	11	100,0
Considera usted que se está dando una mala atención al cliente		
no tiene suficiente personal	0	0,0
por una mala organización de los trabajadores	1	9,0
si brindan una buena atención al cliente	10	91,0
Total	11	100,0
Aplica técnicas modernas de atención al cliente dentro de su microempresa		
Si		0,0
No		0,0
Total		0,0
La empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes		
Si	11	100,0
No	0	0,0
Total	11	100,0
La atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado		
Si	11	100,0
No	0	0,0
Total	11	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

5.2 Análisis de los Resultados

a) Discusión

El presente estudio realizado respecto a la edad, se obtuvo que el 64 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene de 31 a 50 años (tabla N° 1). Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Abanto (2014), quien manifiesta que el 50% tiene de 30 a 50 años. A su vez contrasta con los resultados encontrados por Valderrama (2015). Quien manifiesta que el 42.86% tiene de 50 a 60 años. Así mismo contrasta con lo encontrado por Prudencio (2015). Que determina que el 35.39% tiene de 29 años. Del mismo modo coincide con los resultados encontrados por Poma (2015), quien menciona que el 60% tiene de 38 a 47 años. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas jóvenes, que por motivos de superación crean empresas en un promedio de edad entre 31 a 50 años.

El 82 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino (tabla 1). Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Abanto (2014), quien manifiesta que el 75% es de género masculino. A su vez contrastan con los resultados encontrados por Poma (2015), quien manifiesta que el 83% es de género masculino. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, debido a que los varones son más decididos en tomar decisiones en creación de empresas representando por un 82% del total de las encuestas.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción universitaria (tabla 1). Estos resultados contrasta con los resultados encontrados por Prudencio (2015), quien manifiesta que el 48.7% tiene como grado de instrucción superior universitaria. A su vez contrasta con los resultados Poma (2015), quien manifiesta que el 45% tiene como grado de instrucción superior universitaria. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grados de instrucción universitaria debido a la expansión de universidades en nuestra ciudad y esto facilita obtener un grado de instrucción universitaria, con un 100 % del total de las encuestas.

El 100 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene como cargo de administradores (tabla 1). Estos resultados son obtenidos por medio de la encuesta realizada a las oftalmológicas de Chimbote. Los resultados obtenidos demuestran que la mayoría de las micro y pequeñas empresas son manejadas por los administradores. Debido a que el administrador cumple una gran función de dirigir y organizar las distintas actividades realizadas por las empresas.

El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene como tiempo de desempeño en el cargo de 7 años a más (tabla 1). Estos resultados son obtenidos por medio de la encuesta realizada a las oftalmológicas de Chimbote. Los resultados obtenidos demuestran que la gran parte de oftalmológicas en Chimbote tiene un tiempo aproximado de 7 años a más. Debido a la gran afluencia de público que tiene problemas oftalmológicos.

El 73% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene un tiempo de permanencia de 7 años a más (tabla 1). Estos resultados contrastan con Valderrama (2015), quien manifiesta que el 60% tiene como tiempo de permanencia 10 años. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen como tiempo de permanencia de 7 años a más.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene un número de trabajadores de 1 a 5 aproximadamente. Estos resultados son obtenidos a través de la encuesta realizada a las oftalmológicas de Chimbote. Estos resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas cuentan con un número de trabajadores de 1 a 5 en cada oftalmológica. Debido a que las oftalmologías son empresas pequeñas que no necesitan de muchos empleados para realizar las funciones de la empresa.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene como trabajadores a personas ajenas a su entorno familiar. Estos resultados son obtenidos a través de las encuestas realizadas a las oftalmológicas de Chimbote. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas contratan personal alejadas a su entorno familiar.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar ganancias. Estos resultados son obtenidos a través de las encuestas realizadas a las oftalmológicas de Chimbote. Estos resultados demuestran que el objetivo de creación de las oftalmológicas es para generar ganancias.

El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas admite conocer el término de gestión de calidad. Estos resultados son obtenidos a través de las encuestas realizadas a las oftalmológicas de Chimbote. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas oftalmológicas, si conocen el termino de gestión de calidad.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas admite conocer la técnica de atención al cliente. Estos resultados son obtenidos a través de las encuestas realizadas a las oftalmológicas de Chimbote. Estos resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas de oftalmología aplican la técnica de atención al cliente para mejorar sus ventas.

El 63% de los representantes de las micro y pequeñas empresas respondieron que otros motivos para la implementación de la gestión de calidad. Estos resultados son obtenidos a través de las encuestas realizadas a las oftalmológicas de Chimbote. Estos resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas cuentan con dificultades para implementa una gestión de calidad en su empresa.

El 55% de los representantes de las micro y pequeñas empresa respondió que mide el rendimiento de su personal a través de la evaluación. Estos resultados son obtenidos a través de las encuestas realizadas a las oftalmológicas de Chimbote. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican la evaluación para medir el rendimiento de sus trabajadores.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas respondió que la gestión de calidad si mejora el rendimiento del negocio (tabla 3). Estos resultados contrastan con Espinoza (2014), quien manifiesta que el 70% respondió que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan la gestión de calidad para mejorar el rendimiento del negocio.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utiliza la gestión de calidad, para alcanzar sus metas y objetivos (tabla 3). Estos resultados contrastan con Espinoza (2014), quien manifiesta que el 70% si utiliza la gestión de calidad para alcanzar sus metas y objetivos. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan la gestión de calidad para alcanzar sus metas y objetivos propuestos por el negocio.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conoce el término de atención al cliente. Estos resultados son obtenidos a través de las encuestas realizadas a las oftalmológicas de Chimbote. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas si conocen el termino de atención al cliente.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si aplica una gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. Estos resultados son obtenidos a través de las encuestas realizadas a las oftalmológicas de Chimbote. Estos resultados demuestran que las oftalmológicas de Chimbote si aplican una gestión de calidad a sus clientes.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cree que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese al establecimiento (tabla 3). Estos resultados contrastan con Espinoza (2014), quien manifiesta que el 56.67% si cree que la atención al cliente es buena para que el cliente regrese nuevamente al establecimiento. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan la atención al cliente para que este vuelva nuevamente al establecimiento.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas brinda una buena atención a sus clientes. Estos resultados son obtenidos a través de las encuestas realizadas a las oftalmológicas de Chimbote. Estos resultados demuestran que las oftalmológicas brindan una buena atención a sus clientes.

El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no considera que brinda una mala atención al cliente. Estos resultados son obtenidos a través de las encuestas realizadas a las oftalmológicas de Chimbote. Estos resultados demuestran que las oftalmológicas no brindan una mala atención al cliente.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas indicaron que si son eficientes al atender y dar solución a sus clientes. Estos resultados son obtenidos a través de las encuestas realizadas a las oftalmológicas de Chimbote. Estos resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas si brindan una buena atención y si dan soluciones a problemas de los clientes.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si cree que la atención al cliente ayuda a la empresa a tener un mejor posicionamiento en el mercado. Estos resultados son obtenidos a través de las encuestas realizadas a las oftalmológicas de Chimbote. Estos resultados demuestran que la atención al cliente es fundamental para que la empresa se posicione en el mercado.

VI. CONCLUSIONES

Se concluye que: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de una edad aproximada de 31 a 50 años, son del género masculino, con grado de instrucción superior universitaria. Son administradores y tienen un tiempo de desempeño en el cargo de 7 años a más.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el mercado de 7 años a más, con un número de trabajadores de 1 a 5 que no son familiares y tienen como objetivo de creación generar ganancias para su empresa.

Las micro y pequeñas empresas conocen el término de gestión de calidad, pero no la aplican en sus establecimientos, cuentan con dificultades para implementar la gestión de calidad a profundidad, miden el rendimiento de su personal a través de la evaluación y creen que la gestión de calidad contribuye al mejoramiento de su negocio y alcanzar sus objetivos y metas, admiten conocer el término de atención al cliente, aplican un servicio de gestión de calidad, creen que un buen servicio de atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese, brindan una buena atención y consideran que no están dando una mala atención, porque son eficientes al atender y en dar soluciones y que aplicando una buena atención al cliente su empresa tomara un buen posicionamiento en el mercado.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda que los dueños de las micro y pequeñas empresas fortalezcan sus negocios mediante campañas visuales, anuncios publicitarios, redes sociales, etc. Para darse a conocer en el mercado, y de esta manera poder competir con otras oftalmológicas más reconocidas.

Se recomienda establecer medidas de estándares de calidad en sus productos, para que los clientes se sientan satisfechos con los productos adquiridos.

Se recomienda utilizar el sistema de gestión de calidad, para el desarrollo productivo de la empresa, mediante la capacitación al personal, también mejorar infraestructura interna y externa de la empresa, ya que es la parte fundamental del negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agüero, L. (2014). Estrategia de fidelización de clientes. Recuperado el día 02.jun.2016 de: <http://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4474/%5B2%5D%20Ag%C3%B0Cero%20Cobo%20L.pdf?sequence=1>
- Balbuena, J. (2009). Las Mypes en el Perú. Recuperado el día 15.may.2016 de: <http://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru/>
- Calderón, C, Fernández, P. (2006). Situación de la Mype en Chile. Recuperado el día 31.may.2016 de: <http://biblio.red-dete.org/situacion-de-la-mype-en-chile/>
- Cieza, E. (2014). “gestión de calidad y formalización de las Mypes del sector comercio rubro – compra y venta de calzado en el centro comercial “el virrey” - TRUJILLO, AÑO 2013”. (Tesis de pre grado). Uladech Chimbote, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Duque, G. (2015) Gestión de calidad. Recuperado el día 31.may.2016 de: <https://prezi.com/idvotcgg8ecf/gestion-de-calidad/>
- Espinoza, L. (2014). Caracterización de formalización y gestión de calidad de las Mypes comerciales rubro calzado (Piura), año 2013. (Tesis de pre grado). Uladech Chimbote, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Estrada, W. (2011). Servicio y atención al cliente. Recuperado el día 01.jun.2016 de: <http://pmsj-peru.org/wp-content/uploads/2011/12/servicio-y-atencion-al-cliente.pdf>
- Gallego, J. (2013). Las Mypes, el motor gripado de España. Recuperado el día 14.may.2016 de: <http://www.elmundo.es/economia/2013/11/26/52949b0068434137388b457d.html>
- Gutiérrez, X. (2014). Ensayo La calidad. Recuperado el día 31.may.2016 de: <http://es.slideshare.net/Andrithmar/ensayo-de-calidad-35855351>
- Henríquez, L. (2009). Políticas para las Mipyme frente a la crisis. Recuperado el día 14.may.2016 de: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_191351.pdf
- Martínez, J. (2007). Mypes en Chile. Recuperado el día 15. May.2016 de: <https://es.scribd.com/doc/179131/Mipes-o-mypes-en-Chile>
- Ministerio de trabajo y promoción de empleo: boletín de economía laboral, 2001. Recuperado de: <http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/bel/bel20.pdf>

- Prieto, C. (2013). Historia de las ópticas. Recuperado el día 01.jun.2016 de: http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/ciencia/volumen1/ciencia2/32/html/sec_12.html
- 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. (tesis de pre grado). Uladech Chimbote, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Poma, J. (2015). Caracterización de la gestión de calidad bajo el cumplimiento del procedimiento de compras en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro venta minorista de artículos de ferretería en el distrito de Huaraz 2015. (Tesis de pre grado). Uladech Chimbote, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Quiñonez, M. (2012). Estudio de la gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas (pymes) comerciales. Caso esmeraldas, república del ecuador. Recuperado el día 31.may.2016 de: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2012/pequenas-medianas-empresas-ecuador.html>
- Rodríguez, A. (2013). Gestión investigativa. Recuperado el día 31.may.2016 de: http://doctxs6.blogspot.pe/2013/01/gestion-tipos-gestion-investigativa_27.html
- Rubio, Y. (2014). “caracterización del financiamiento y la gestión de calidad en las Mypes del sector - comercio rubro - venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote, año 2011”. (Tesis de pre grado). Uladech Chimbote, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Secchi, J. (2013). Atención al cliente. Recuperado el día 01.jun.2016 de: <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/crece-tu-empresa/13%20atencin%20al%20cliente.pdf>
- Thompson, I. (2006). Tipos de clientes. Recuperado el día 01.jun.2016 de: <http://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>
- Valdi, K. (2015). Origen de las micro y pequeñas empresas. Recuperado el día 13.may.2016 de: <http://documents.mx/documents/el-origen-de-las-mypes.html#>
- Vilcarromero, R. (2013). La gestión en la producción. Recuperado el día 31.may.2016 de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1321/gestion.html>
- Vásquez, J. (2013). Importancia de las Mypes en el Perú. Recuperado el día 13.may.2016 de: <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Vilcarromero, R. (2013). Gestión en la producción. Recuperado el día 19. May. 2016 de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1321/1321.pdf>

Valderrama, S. (2015). Gestión de calidad y competitividad de las Mypes del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014. (Tesis de pre grado). Uladech Chimbote, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>

Zuta, M. (2009). Una Mype con calidad. Recuperado el día 01.jun.2016 de: http://www.cohep.com/contenido/biblioteca/portaldoc200_3.pdf?0b679813d957cebc8a382f dfa5ecf261

ANEXOS

ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Participan en las actividades de inducción al uso del módulo de matrícula	X														
Redacción de páginas preliminares		X													
Revisión de la literatura de Investigación			x												
Metodología de la Investigación					X										
Resultados de la Investigación							X								
Conclusiones, Referencias bibliográficas, Anexos									x						
Informe final de investigación y elaboración del artículo científico											X				
Presentan el informe final, artículo de investigación y ponencia para evaluación por el Docente Asesor de Revisión (DAR)														x	

TABLAS DE TABULACIÓN

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Edad (años)				
18 a 30	0			
31 a 50	7	IIII II	7	64,0
51 a mas	4	IIII	4	36,0
total	11	11	11	100,0
Genero				
Masculino	9	IIII IIII	9	82,0
Femenino	2	II	2	18,0
Total	11	11	11	100,0
Grado de instrucción				
Sin instrucción	0			
Primaria	0			
Secundaria	0			
Superior no universitaria	0			
Superior universitaria	11	IIII IIII I	11	100,0
Total	11	11	11	100,0
Cargo que desempeña				
Dueño	0			
Administrador	11	IIII IIII I	11	100,0
Total	11	11	11	100,0
Tiempo que desempeña en el cargo				
0 a 3	0			
4 a 6	1	I	1	9,0
7 a más años	10	IIII IIII	10	91,0
total	11	11	11	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes de la Provincia del Santa.

TABLA N° 2

Preguntas	Respuesta	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Tiempo de permanencia en el rubro				
0 a 3	2	II	2	18,0
4 a 6	1	I	1	9,0
7 a más años	8	IIII I	8	73,0
Total	11	11	11	100,0
Número de trabajadores				
1 a 5	11	IIII IIII I	11	100,0
4 a 6	0			
7 a mas	0			
total	11	11	11	100,0
Las personas que trabajan en su empresa son:				
Familiares	0			
Personas no familiares	11	IIII IIII I	11	100,0
total	11	11	11	100,0
Objetivo de su creación				
Generar ganancia	11	IIII IIII I	11	100,0
Subsistencia	0			
Total	11	11	11	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes de la Provincia del Santa

TABLA N°3

Respuesta	Pregunta	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conoce el término de gestión de calidad.				
Si	10	IIII IIII	10	90,9
No	1	I	1	9,9
total	11	11	11	100,0
Que técnicas modernas de gestión de calidad conoce.				
Benchmarking	0			
red – corporativa	0			
Empowerment	0			
Las 5 s	0			
outsourcing	0			
Atención al cliente	11	IIII IIII I	11	100,0
total	11	11	11	100,0
Que dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad				
Poca iniciativa	1	I	1	9,9
Aprendizaje lento	0			
No se adaptan a los cambios	1	I	1	9,9
Desconocimiento del puesto	2	II	2	18,1
Otros	7	IIII II	7	63,3
Total	11	11	11	100,0
Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce				
La observación	5	IIII	5	45,4
La evaluación	6	IIII I	6	54,5
Escala de puntuaciones	0			
Evaluación de 360°	0			
Otros	0			
Total	11	11	11	100,0
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio				
Si	11	IIII IIII I	11	100,0
No	0			
Total	11	11	11	100,0
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización				
Si	11	IIII IIII I	11	100,0
No	0			
total	11	11	11	100,0

Conoce el termino de atención al cliente				
Si	11	IIII IIII I	11	100,0
No	0			
total	11	11	11	100,0
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes				
Si	11	IIII IIII I	11	100,0
No	0			
Total	11	11	11	100,0
Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento				
Si	11	IIII IIII I	11	100,0
No	0			
Total	11	11	11	
La atención que brinda es:				
Buena	11	IIII IIII I	11	100,0
Regula	0			
Malo	0			
Total	11	11	11	100,0
Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente				
no tiene suficiente personal	0			
por una mala organización de los trabajadores	1	I	1	9,9
si brindan una buena atención al cliente	10	IIII IIII	10	90,9
Total	11	11	11	100,0
Aplica técnicas modernas de atención al cliente dentro de su microempresa				
Si	0	0	0	0,0
No	0	0	0	0,0
Total				0,0
Cree usted que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes				
Si	11	IIII IIII I	11	100,0
No	0			
Total	11	11	11	100,0
Cree usted que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado				
Si	11	IIII IIII I	11	100,0
No	0			
total	11	11	11	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes de la Provincia del Santa

FIGURAS

1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

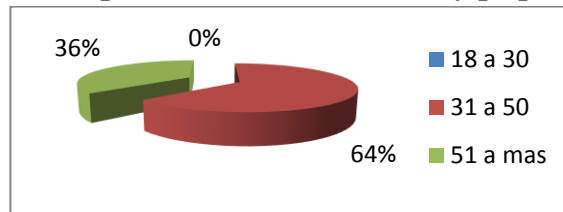


Figura 1 Edad del representante
Fuente Tabla N° 1

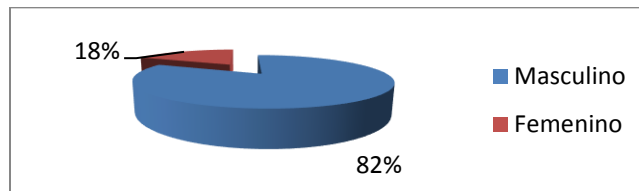


Figura 2 Género
Fuente Tabla N° 1

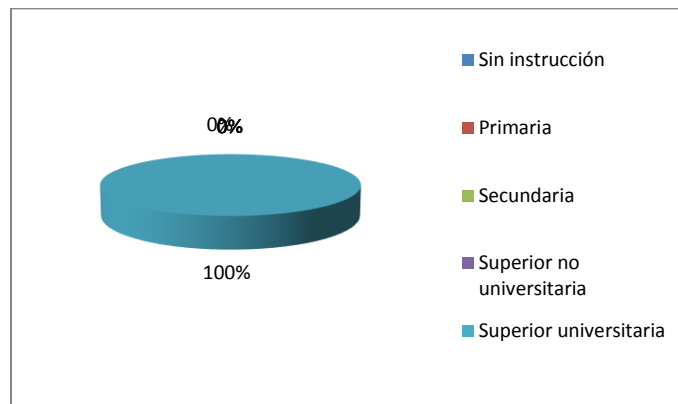


Figura 3 Grado de Instrucción
Fuente Tabla N° 1

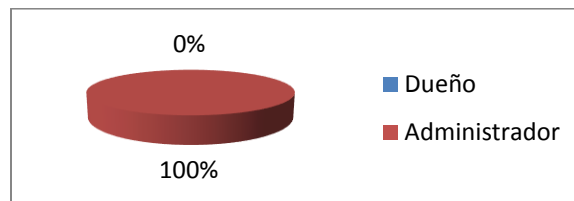


Figura 4 Cargo que desempeña
Fuente Tabla N° 1

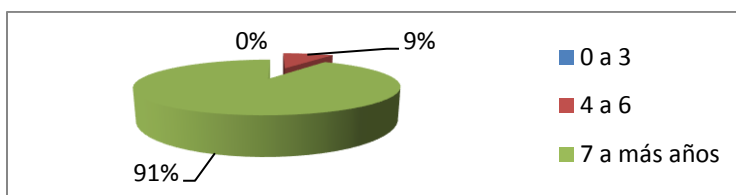


Figura 5 Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente Tabla N° 1

2. Características de las micro y pequeñas empresas

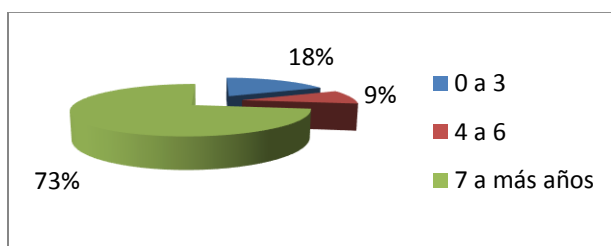


Figura 6 Tiempo de permanencia en el Rubro

Fuente Tabla N° 2

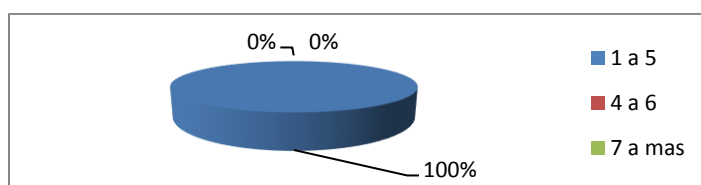


Figura 7 Número de trabajadores

Fuente Tabla N° 2

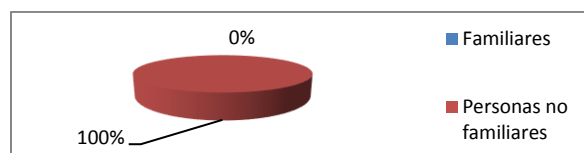


Figura 8 Las personas que Trabajan en su empresa son:

Fuente Tabla N° 2

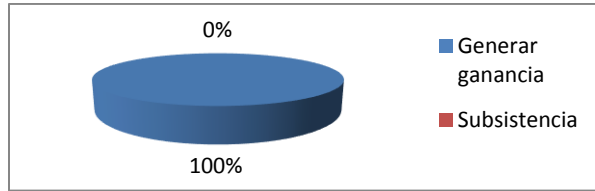


Figura 9 Objetivo de su Creación

Fuente Tabla N° 2

3. Características de la gestión de calidad en la atención al cliente.

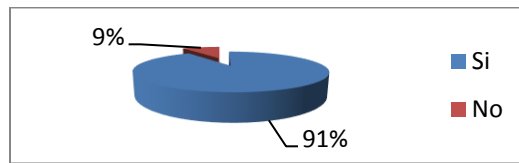


Figura 10 Conoce el término de Gestión de calidad

Fuente Tabla N° 3

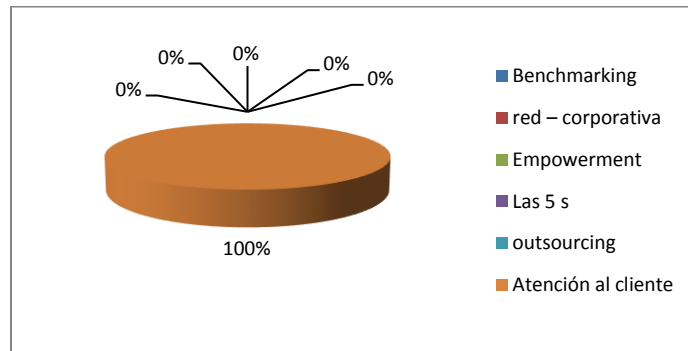


Figura 11 Que técnicas Modernas de Gestión de Calidad conoce

Fuente Tabla N° 3

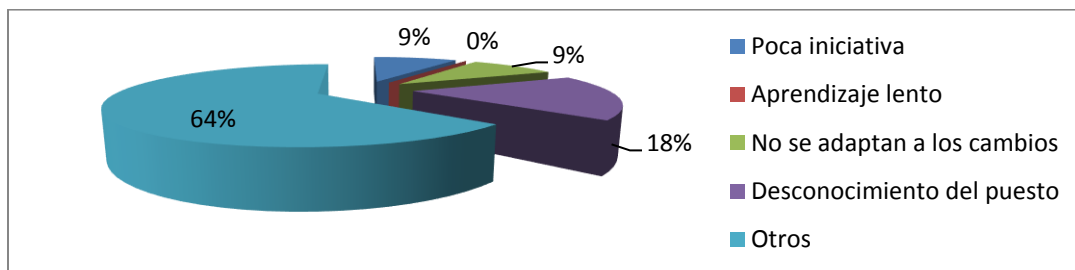


Figura 12 Que dificultades tiene, para la implementación de gestión de calidad.

Fuente Tabla N° 3

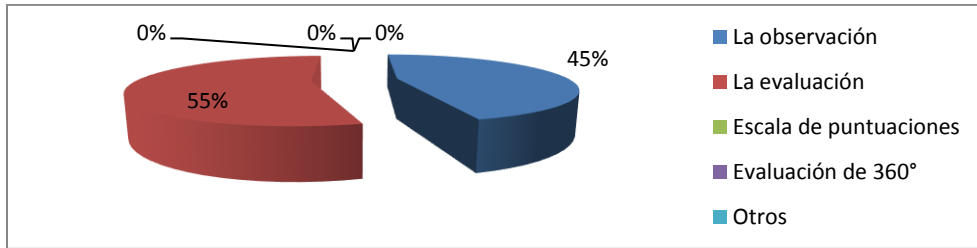


Figura 13 Que técnicas conoce, para medir el rendimiento del personal

Fuente Tabla N° 3

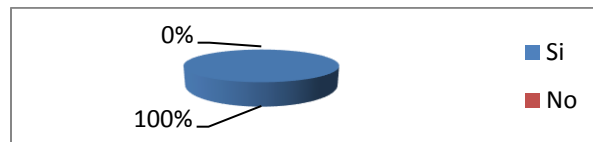


Figura 14 La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización

Fuente Tabla N° 3

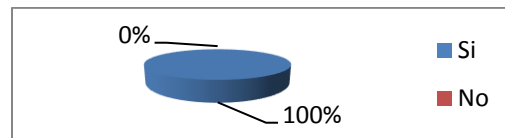


Figura 15 Conoce el término de Atención al cliente

Fuente Tabla N° 3

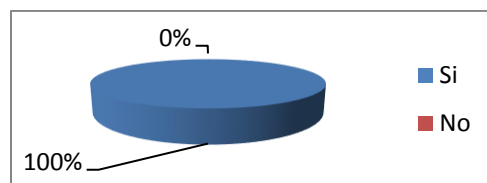


Figura 16 Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

Fuente Tabla N° 3

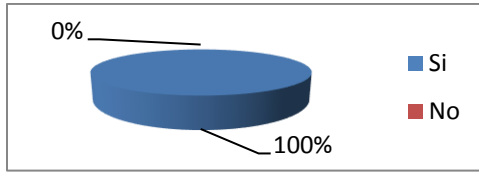


Figura 17 cree que la atención al cliente es fundamental, para que este regrese al establecimiento

Fuente Tabla N° 3

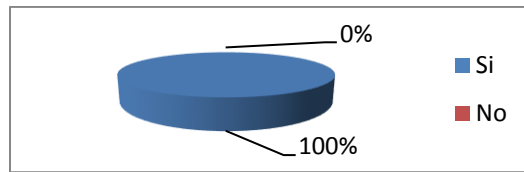


Figura 18

Fuente Tabla N° 3

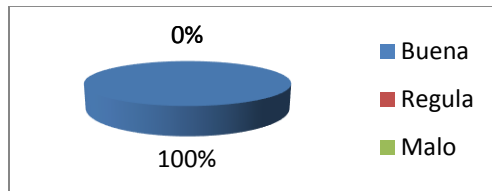


Figura 19 la atención que brinda es:

Fuente Tabla N° 3

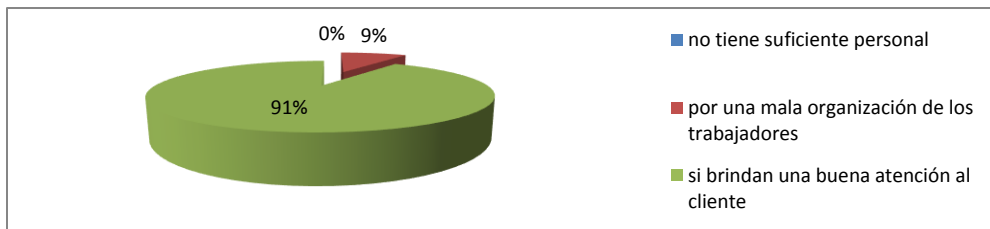


Figura 20 porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente

Fuente Tabla N° 3

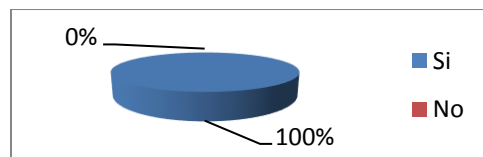


Figura 21 aplica técnicas modernas de atención al cliente dentro de su micro empresa

Fuente Tabla N° 3

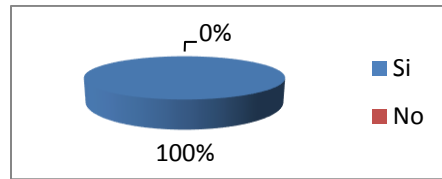


Figura 22 cree usted que la empresa es eficiente cuando atiende y da soluciones a los reclamos de los clientes

Fuente Tabla N° 3

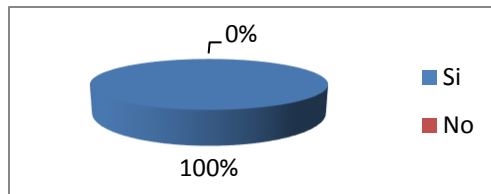


Figura 23 cree usted que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado

Fuente Tabla N° 3

CUADRO DE SONDEO

N°	Razón Social	Representante	Dirección
1	Óptica Pupilen's	-----	Jr. Manuel Villavicencio # 420
2	Óptica Buena visión	-----	Jr. Manuel Villavicencio # 428
3	Óptica Universal	-----	Jr. Manuel Villavicencio # 423
4	Óptica Opti-len's	-----	Jr. Manuel Villavicencio # 431
5	Óptica Sarmiento	-----	Jr. Manuel Villavicencio # 461
6	Óptica Eco visión	-----	Jr. Espinar # 526
7	Óptica Estrella	-----	Jr. Espinar # 548
8	Óptica Cooper Visión	-----	Jr. Espinar # 577
9	Óptica Econóptica	-----	Jr. Espinar # 585
10	Óptica GMO	-----	Jr. Espinar # 595
11	Óptica Retina	-----	Jr. Manuel Villavicencio # 426



Jr. Manuel Villavicencio
428.

R.U.C.: 10412221872.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: "Gestión de Calidad en Atención al Cliente, en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Venta de Productos Oftalmológicos, Casco Urbano del Distrito de Chimbote, 2016". Tesis que servirá para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

IGENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No

11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:

- a) Benchmarking
- b) red-corporativas
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) outsourcing
- f) Atención al cliente

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

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

13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

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

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

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL
CLIENTE

16. ~~¿~~Conoce el termino atención al cliente?

- ~~a) Si~~
- b) No

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

- ~~a) Si~~
- b) No

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

- ~~a) Si~~
- b) No

19. La atención que brinda a los clientes es:

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

- ~~a) Si~~
- b) No

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

- ~~a) Si~~
- b) No

Recursos Necesarios

- Recurso humano.
- Recurso económico.
- Computadora.

Unidades de almacenamiento (USB)

PRESUPUESTO

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Lapiceros	2	1.00	2.00
Impresión	50	0.50	25.00
Pasajes	26	1.30	33.80
Internet	3 meses	60	180.00
TOTAL			240

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante.