



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO,
RUBRO VENTA DE EQUIPOS DE SONIDO E INSTRUMENTOS
MUSICALES, DISTRITO DE CHIMBOTE, 2017

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

AUTOR:

Bach. MORIYOSHI JAIR BARCO PAREDES

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2017

JURADO EVALUADOR

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgtr. Héctor Ascención Rivera Prieto

Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fuerza necesaria y brindarme la sabiduría suficiente para poder culminar de manera satisfactoria mi trabajo de investigación.

A mis padres, y hermanos y demás familiares por el apoyo incondicional que me brindaron y que pusieron su confianza y esfuerzo para cumplir con mis objetivos planeados.

Al asesor, Dr. Centurión Medina Reinerio por la comprensión y el tiempo que me brindo para poder culminar mi Tesis.

DEDICATORIA

Con mucho cariño, a mi abuelo Rolando que supo inculcar sus valores , y desde el cielo me esta guiando a cumplir mi meta.

A mi amigos y compañeros por el apoyo continuo en cada paso de mi proyecto y que siempre me brindaron su comprensión para poder llegar a mis objetivos.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. La investigación fue, de diseño no experimental – transversal, y se escogió en forma dirigida, una población muestral de 7 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados. El 57,1% de los representantes tiene una edad entre 31-50 años. El 57,1% tienen estudios superiores. El 77,4% llevan en el cargo entre 4 a 6 años. El 100,0% tienen entre 1 a 5 colaboradores. El 85,7% tienen como trabajadores a personas no familiares. El 57,1% no conocen del término gestión de calidad. El 71,4% aplican en su gestión la atención al cliente. El 57,1% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 71,5% consideran que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. El 85,7% consideran como factor importante en el servicio es la atención personalizada. El 100,0% consideran que no brindan una buena atención al cliente, por una mal organización del personal. El 71,4% cuentan con clientes más satisfechos.

Se concluye que: La mayoría micro y pequeñas sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Si aplican Gestión de calidad, y brindan una regular atención al cliente.

Palabras clave: Micro y pequeñas empresas, representante, Gestión de calidad en la atención al cliente.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the main characteristics of Quality Management in customer service in micro and small businesses in the commerce sector, sales of sound equipment and musical instruments, Chimbote district, 2017. The research was , of non experimental - transversal design, and a sample population of 7 micro and small companies was chosen in a directed manner, to which a questionnaire of 22 questions was applied. Obtaining the following results. 57.1% of the representatives have an age between 31-50 years. 57.1% have higher education. 77.4% have been in the position between 4 to 6 years. The 100.0% have between 1 and 5 employees. 85.7% have non-family members as workers. 57.1% do not know about the term quality management. 71.4% apply customer service in their management. 57.1% of the representatives assure that quality management contributes to improve the performance of the company. 71.5% consider that customer service is essential for them to return to the establishment. 85.7% consider personalized attention as an important factor in the service. 100.0% consider that they do not provide good customer service, due to poor staff organization. 71.4% have more satisfied customers.

It is concluded that: The majority of micro and small commerce sector, sale of sound equipment and musical instruments, Chimbote district, 2017. If they apply quality management, and provide regular customer service.

Keywords: Micro and small companies, representative, Quality management in customer service.

CONTENIDO

| | |
|---|------------------|
| 1. Título de la tesis | |
| 2. Hoja de firma del jurado y asesor |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..... | 1 |
| II. Revisión de literatura | 4 |
| III. Hipótesis..... | 20 |
| III. Metodología | 21 |
| 4.1 Diseño de la investigación | 21 |
| 4.2 Población y muestra | 21 |
| 4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores | 22 |
| 4.4 Técnicas e instrumentos | 26 |
| 4.5 Plan de análisis..... | 26 |
| 4.6 Matriz de consistencia..... | 27 |
| 4.7 Principios éticos | 30 |
| V Resultados..... | 31 |
| 5.1 Resultados | 31 |
| 5.2 Análisis de resultados | 35 |
| VI. Conclusiones y recomendaciones | 43 |
| Referencias bibliográficas | 44 |
| Anexos..... | 46 |

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

| | Pág. |
|--|-------------|
| Tabla 01. Características de los representantes de las pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017..... | 31 |
| Tabla 02. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017..... | 32 |
| Tabla 03. Características de la Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017..... | 33 |
| Anexos | |
| Figura 1 : Edad. | 53 |
| Figura 2 : Género | 53 |
| Figura 3 : Grado de instrucción. | 54 |
| Figura 4 : Cargo | 54 |
| Figura 5 : Tiempo en el Cargo | 55 |
| Figura 6 : Años en el rubro. | 55 |
| Figura 7 : N° de trabajadores en la empresa. | 56 |
| Figura 8 : Personas que trabajan en la empresa | 56 |
| Figura 9 : Finalidad de la empresa. | 57 |
| Figura 10 : Conoce el termino Gestion de calidad | 57 |
| Figura 11 : Técnicas de gestion que aplica | 58 |
| Figura 12 : Dificultades en la gestión de calidad | 58 |
| Figura 13 : Técnicas para medir el rendimiento del personal | 59 |
| Figura 14 : La gestión de calidad mejora el rendimiento | 59 |
| Figura 15 : Conocimiento del terminode atención al cliente | 60 |
| Figura 16 : Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda | 60 |

| | |
|---|----|
| Figura 17 : La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento | 61 |
| Figura 18 : Herramientas de servicio al cliente que aplica | 61 |
| Figura 19 : Factores para un servicio de calidad | 62 |
| Figura 20 : La atención que brinda al cliente es: | 62 |
| Figura 21 : Consideracion de una mala atención | 63 |
| Figura 22 : Resultados logrados con la calidad en el servicio al cliente | 63 |

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas en España, representan el 95% del tejido empresarial, pero esta enfrentan dificultades, pues sus representantes no gestionan adecuadamente su cartera de clientes, esto se da porque no saben escuchar a los clientes, lo que mata a las pequeñas empresas, es la simple ignorancia de lo que opinan los consumidores, es por ello que hay que tener en cuenta que uno de los objetivos fundamentales de cualquier negocio es ayudar a sus clientes a alcanzar el escenario ideal. (Diario el Economista, 2013)

Por otro lado las micro y pequeñas empresas en México generan algo cerca del 72% de los empleos formales de la economía, pero estos pequeños negocios a su vez tienen un gran problema en cuanto a su gestión, ya que en ocasiones prometen cosas imposibles a sus clientes, no son realistas en el momento de ofrecer algún producto, y como consecuencia a largo plazo hace que los clientes sientan inseguridad en las transacciones. (Diario Forbes, 2015)

Las micro y pequeñas empresas en el Perú son un motor generador de empleo, ingresos y descentralización, pero estas pequeñas empresas tienen problemas de gestión entre los más comunes, es la falta de una organización interna, esto, por lo general, se refleja en una escasa supervisión de estándares de desempeño, lo cual provoca procedimientos así como un inadecuado servicio al cliente, de mismo modo la falta de una producción planificada, esto es, la ausencia de un sistema que le permita a la PYME medir y controlar la calidad. Debido a esto pueden presentarse constantes diferencias en los productos y una falta de capacidad para surtir pedidos grandes o especiales. (Romero, 2016)

En Ancash, existe una gran cantidad de emprendedores, que luchan por sobrevivir, pues la situación económica está sumamente difícil, por ende la asistencia técnica es importante, entonces el Gobierno debería apoyar, mediante talleres, charlas, seminarios, sobre temas de gestión, para que los microempresarios continúen mejorando en su desarrollo empresarial. Por último en el distrito de Chimbote

existen micro y pequeñas empresas del rubro de venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, que no están aplicando una buena atención al cliente, por lo cual están siendo desprestigiadas, por el hecho de que los clientes no se sintieron satisfechos con la atención, por ende se plantea el siguiente enunciado: **¿ Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017?.** Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017, determinar las principales características de Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.

La presente investigación se justifica porque permite conocer a nivel descriptivo las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017; es decir conocer las principales características del rubro, las MYPES y de su representantes. Asimismo, desde el punto de vista teórico, esta investigación busca mediante la aplicación de diversas teorías y los conceptos de gestión de calidad enfocado en la atención al cliente, dar a conocer la importancia de esta variable, pues gracias a esta información, podremos identificar las maneras o formas de gestión que pueden ser útiles para investigaciones futuras o para quienes deseen conocer o identificar propuestas de desarrollo empresarial de micro y pequeñas empresas, y tomando en cuenta que este

tema abrirá nuevos caminos para los empresarios. De la misma manera en la investigación aplicará la metodología científica, ya que se emplearan fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, y se diseñara un cuestionario para el recojo de información, dicho instrumento de recojo de datos constituye una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable. Así también servirá como antecedentes para todos los interesados en el tema, de esta manera podrán comparar sus resultados y formular nuevas idea o recomendaciones para que las micro y pequeñas empresas mejoren su gestión de calidad en atención al cliente.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Los antecedentes en la investigación por pertenecer a un rubro que no tiene estudios anteriores es decir no tiene antecedentes en el rubro, se ha considerado algunos antecedentes relacionado al sector comercio y a la variable gestión de la calidad.

Torres (2015). En su tesis titulada: “*La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote, 2015*”. Se planteó el siguiente Objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote, año 2015, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 80% de los encuestados tienen entre 31 a 50 años. El 80% del total de empresarios encuestados, pertenece al género masculino. El 60% de encuestados, tiene como grado de instrucción secundaria completa. El 70% de los encuestados manifiesta estar en el cargo entre 4 a 6 años. El 50% de las empresas lleva de 4 a 6 años en el rubro. El 40% de los encuestados manifiesta que el número de sus colaboradores es de 4 a 6. El 60% no sigue un plan de negocios estratégicos. El 90% manifestó que sí, que la gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio. El 40% de los encuestados, manifiesta que su personal no se adapta a los cambios. El 60% de los encuestados utiliza la técnica de observación. El 50% del total de encuestados, manifiesta que los resultados que logró con su MYPE al aplicar Gestión de calidad, es tener clientes satisfechos. *Conclusiones:* Con respecto a los representantes de las MYPES, determinando como características principal que son dirigidas por personas adultas y en su mayoría pertenecen al género masculino debido a la naturaleza del negocio, por ser un trabajo rudo, estos empresarios en su mayoría tienen como grado de instrucción secundaria completa y son dueños de su propia MYPE, desempeñándose en el cargo entre 4 a 6 años. Con respecto a la MYPE se concluye que, el tiempo que llevan en el rubro la mayoría es de 4 a más años, lo que permite darle cierta estabilidad al negocio, estas MYPES cuentan con 4 a más colaboradores y fueron creadas en su totalidad con la finalidad de generar

ganancias. Y por último se concluye, con respecto a la gestión de calidad que la mayoría no tiene un plan de negocio estratégico, pero sí reconocen casi en su totalidad que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, la mayoría aplica sin conocimiento o poco conocimiento la técnica el benchmarking y con respecto al personal la mayoría no se adapta a los cambios, pero esta mayoría a pesar de todo es competitiva, la mayoría tiene como técnica de evaluación al personal la observación y saben que la capacitación sí ayuda a realizar una buena gestión de calidad y a pesar del desconocimiento de la gestión de calidad estas MYPES lograron resultados como tener clientes satisfechos, y en cierta forma el crecimiento de sus MYPES.

Villanque (2016). En su tesis titulada: “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, 2016*”. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, 2016, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 45.45% manifiestan tener de 40 a 49 años de edad. El 68.18% son de sexo masculino. El 40.91% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitaria completa. El 86.36% manifiestan que la empresa que dirigen siempre cuentan con un buen servicio al cliente. El 54.55% manifiestan que la empresa que dirigen casi siempre buscan que el cliente esté satisfecho. El 40.91% manifiestan que la empresa que dirigen casi siempre perciben si un cliente repite las compras habitualmente. El 31.82% manifiestan que la empresa que dirigen a veces perciben si un cliente demuestra compromiso a futuro. El 50.00% manifiestan que la empresa que dirigen casi nunca tienen experiencias positivas que sorprendan al cliente. El 50.00% manifiestan que la empresa que dirigen nunca tienen comunicación constante con el cliente. El 45.45% manifiestan que la empresa que dirigen casi siempre buscan relaciones de confianza con el cliente. El 45.45% manifiestan que la empresa que

dirigen a veces proponen mejoras ante las compras que hacen los clientes. **Se concluye que**, las principales características de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz son: la mayoría de empresarios y / o gerentes tienen de 40 a 49 años de edad, son de género masculino y con un grado de instrucción superior no universitaria completa, los mismos que opinaron que la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) es importante ya que ayudaría a tener una mejor relación de confianza y comunicación con el cliente, estos mismo reconocen que hace falta una mejor orientación y / o capacitación en base a talleres respecto a la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM). Las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) se basan en que los empresarios y / o gerentes 73 reconozcan los diferentes procesos para lograr que los clientes estén satisfechos, sean leales y fieles; la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) busca integrar todos esos procesos de forma innovadora para que la empresa que lo aplique con el tiempo mejore en su desarrollo dentro de un mercado tan competitivo como es el sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería.

Gamarra (2016). En su tesis titulada: “*Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarmey, 2016*”. Se planteó el siguiente Objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarmey, 2016, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 55% de los empresarios tienen entre 31 a 50 años. El 67% de los empresarios son de género masculino. El 61% d tienen grado de instrucción secundaria. El 50% de las Micro y Pequeñas Empresas d tienen de 8 años a más. El 61% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias. El 83% de ellas tiene de 0 a 4 trabajadores. El 72% afirman que si conocen el termino gestión de calidad. El 72% de las ferreterías si utilizan la gestión de calidad. El 50% afirman que el objetivo por el cual utilizan la

Gestión de Calidad es para tener oportunidad de crecimiento. El 28% señalan que las Funciones Administrativas que utilizan son la Planificación. El 72% que no hacen uso de las TIC. *Se concluye que*, La mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, sus edades oscilan entre los 31 a 50 años, son de sexo masculino y tienen grado de instrucción secundaria. La totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas son formales, la mitad tienen una permanencia de 8 a más años en el rubro, la mayoría están constituidas como persona natural, se crearon con la finalidad de generar ganancia y cuentan con 0 a 4 trabajadores. La mayoría de los empresarios de las Mype del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, conocen muy bien lo que es el término de Gestión de Calidad es por ello que si lo utilizan, la mitad lo utilizan con el objetivo de tener oportunidad de crecimiento, la mayoría de los empresarios si conocen las funciones administrativas por eso las que más utilizan son la planificación y el control. La mitad de los empresarios respondieron que el clima organizacional dentro de su empresa es agradable, la mayoría dicen que el nivel de servicio que prestan es la prontitud en la atención, la mayoría de los dueños de las ferreterías de la Ciudad de Huarney aún no utilizan las TIC, es por ello que no hacen ningún uso en el ámbito administrativo, ni internamente, ni externamente.

Serrano (2015). En su tesis titulada: *“La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías en el distrito de santa, 2015”*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Santa, 2015, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 66,7% tiene edades entre 31 y 50 años. El 100% pertenece al género masculino. El 66.7% de los representantes encuestados, tiene estudio superior no universitario. El 100% de encuestados es dueño del establecimiento. El 66,7% de los propietarios encuestados de la MYPE en estudio, manifiestan que el tiempo que llevan en el rubro es de 4 a 6 años. El 66,7% de los propietarios encuestados, tiene trabajadores a cargo entre 0 a 3 colaboradores. El 100% de los encuestados ha creado su MYPE, con la finalidad de generar ganancias. El 66,7% de los encuestados manifiesta que sí tienen un plan de

negocio estratégico. El 66.7% manifiesta que la Gestión de calidad si contribuye al mejoramiento del negocio. El 100% opta por el Benchmarking. El 100% de propietarios encuestados manifestó usar la observación. El 100% de los propietarios encuestados manifestó que el resultado que logro con la aplicación de la técnica de gestión, fue tener clientes satisfechos. **Conclusiones:** La mayoría de los propietario, son personas adultas relativamente jóvenes con edades que fluctúan entre los 31 a 50 años, predominando entre los propietarios el género masculino, esto es debido a que se considera las ferreterías como un centro de trabajo rudo; la mayoría cuenta con estudio superior no universitario y todos los encuestados son dueños de su negocio con más de 7 años a cargo de la administración. La mayoría de las MYPE, tiene una permanencia en el rubro de 4 a 6 años, esta misma mayoría cuenta con un número de colaboradores de 0 a 3 personas y todos los encuestados crearon su MYPE para generar ganancias. En gestión de calidad, se concluye que en la mayoría de las MYPE, los propietarios si tienen un plan de negocio estratégico y esta mayoría también cree que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, también concluimos que el total de encuestados manifiesta utilizar el benchmarking como herramienta de Gestión y que su personal es competitivo y utiliza la observación como técnica de evaluación y para este total de encuestados, los resultados qu logro en su MYPE con la aplicación de la Gestión de calidad fue tener clientes satisfechos.

Espinoza (2013). En su tesis titulada: “*Caracterización de formalización y gestión de calidad de Comerciales rubro calzado (Piura), año 2013*”, establece como 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”; así mismo obtuvo los siguientes resultados: 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 SI genera el éxito en la empresa. El 83.34% comentaron que SÍ realizan

mediciones de los procesos de la gestión de calidad para determinar que si 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. **Conclusiones:** 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.

2.2 Bases teóricas

Las Micro y pequeñas empresas

De acuerdo con la Ley 28015 (2003). “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”, define como micro y pequeña empresa a la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

En los últimos 5 años las micro y pequeñas empresas, se han establecido como el motor principal, para que la mayoría de la población pueda solventar su hogares.

Características de la nueva ley MYPE 30056

Según la Ley 30056 (2013), en su artículo 5 nos menciona que las micro, medianas y pequeñas empresas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias.

Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo

de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (Artículo, 5)

Esta ley promueve un cambio de mejora, para que las micro y pequeña empresas estén más motivadas a seguir creciendo, porque ya no se está definido el tipo de empresa por su número de trabajadores sino solo por el tamaño de sus ventas, de tal manera que las micro y pequeñas empresas puedan contratar más personas que las diez a las que antes estaba limitada.

Importancia.

Por otra par de acuerdo con el Ministerio de Trabajo, (2013), las MYPES 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. (párr. 6)

Las micro y pequeñas empresas sirven se han convertido en un factor importante en la economía peruana, para que estas puedan mantenerse en su entorno, el microempresario, tiene que tener la suficiente capacidad gerencial, para lograr generar mayores ingresos y apoyar con empleo.

Gestión

De acuerdo con Domínguez (2007), nos dice que la gestión se apoya y funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultados. Con frecuencia se promocionan en la empresa a trabajadores competentes para asumir cargos de responsabilidad, pero si no se les recicla, seguirán trabajando como siempre.

Para una buena gestión, es importante trabajar en equipo, esto en el micro y pequeña empresa, es una tarea sencilla de hacer, si existe un clima agradable donde todos puedan participar en equipo, y contribuir al crecimiento de la empresa.

Procesos de gestión

Luego de conocer el termino gestión, es necesario conocer sus procesos, según Garay, (2013), la gestión tiene 4 funciones fundamentales, planeación, organización, ejecución y control. Una expresión sumaria de estas funciones fundamentales de la es:

- La planeación para determinar los objetivos en los cursos de acción que van a seguirse.
- La organización para distribuir el trabajo entre los miembros del grupo y para establecer y reconocer las relaciones necesarias.
- La ejecución por los miembros del grupo para que lleven a cabo las tareas prescritas con voluntad y entusiasmo.
- El control de las actividades para que se conformen con los planes.

Los microempresarios, si planifican sus actividades, pero no se organizan adecuadamente, y hace que los tiempos de entrega ya sea los productos o servicios, sean más largos, en este caso es importante, conocer la forma correcta de planificar, organizar actividades, ver quien estarán a cargo para las diferentes funciones, para poder ejercer un control previo y posterior.

Importancia de los procesos de gestión

Los procesos son muy importantes dentro de las organizaciones, según Molina (2014), estos les permiten enfocar con exactitud los puntos a seguir para el manejo de una empresa. Debemos tomar en cuenta que existen muy pocas empresas que llevan con exactitud este proceso pero les resulta muy útil para poder llevar el control y tener éxito en el futuro.

Los procesos dentro de las empresas, tales como, procesos de compras, ventas, comercio, etc, son importantes ya que si se gestionan adecuadamente, se lograrán resultados mucho más favorables, en este caso los microempresarios, deben enfocarse por mejorar sus procesos internos desde una correcta planificación de sus actividades, hasta su control, para posteriormente mejorar continuamente.

Importancia de la gestión empresarial

De acuerdo con Camino (s.f), nos dice que la Gestión empresarial en la actualidad es garantizar la calidad del servicio que se presta o el producto que se vende, y que se mide con el grado de satisfacción del cliente. La satisfacción del cliente se consigue aplicando procedimientos administrativos específicos, adaptados a la actividad económica de la empresa, que involucran a todo el personal de la empresa.

La gestión en las empresas es importante, ya que su correcta aplicación, permitir maximizar las utilidades de la empresa, para ello el microempresario, debe tener una mente emprendedora, creativa, innovadora, la cual le permita mejorar su forma de gerencia, planteando nuevas estrategias, para cumplir con su objetivos.

Principios de gestión de calidad

Según Quezada (2007), existen 8 principios, que permiten mejorar los procesos internos de la organización, los cuales son:

- ✓ Principio 1: Enfoque al Cliente.
- ✓ Principio 2: Liderazgo.

- ✓ Principio 3: Participación del personal.
- ✓ Principio 4: Enfoque basado en procesos.
- ✓ Principio 5: Enfoque de sistema para la gestión.
- ✓ Principio 6: Mejora continúa.
- ✓ Principio 7: Enfoque basado en hechos para la toma de decisión.
- ✓ Principio 8: Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.

Considero que el microempresario debe priorizar el principio de enfoque al cliente, ya que el crecimiento de las micro y pequeñas empresas, dependen de sus clientes y por lo tanto se debe comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer sus necesidades y esforzarse superar las expectativas de los clientes.

Servicio al cliente

Una de las herramientas importantes de la gestión es el servicio al cliente, de acuerdo con Serna (2006), el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

Los microempresarios, deben poner todos sus esfuerzo en mejorar su servicio al cliente, ya que su objetivo es el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, logrando así, mejorar el valor de la empresa en el la sociedad.

Calidad del servicio

En la actualidad, la búsqueda de la calidad en los servicios representa una de las principales tendencias en las empresas, de acuerdo con Cerezo (s.f), la calidad del servicio es la base de la supervivencia de una empresa: la competencia y la existencia de clientes cada vez mejor informados son dos factores que contribuyen a esta concienciación.

La calidad del servicio está relacionada con lo que el cliente percibe, es el juicio que el cliente realiza sobre la excelencia o superioridad del servicio recibido, los microempresarios deben tomar en cuenta este punto, para logren comprobar si el clientes quedo satisfecho o no.

Componentes de la calidad del servicio

Así mismo Cerezo, (s.f), existen una serie de componentes, que permiten lograr la calidad del servicio las cuales son:

- **Carácter tangible:** es el aspecto del soporte material del servicio, del personal y de los soportes de comunicación.
- **Fiabilidad:** consiste en realizar correctamente el servicio desde el primer momento.
- **Rapidez:** se traduce en la capacidad de realizar el servicio dentro de los plazos aceptables para el cliente.
- **Competencia:** del personal que debe poseer la información y la capacitación necesaria para la realización del servicio. Para ello el personal debe estar bien formado.
- **Cortesía:** expresada través de la educación, la amabilidad y el respeto del personal hacia el cliente.
- **Credibilidad:** es decir, honestidad de la empresa de servicios tanto en sus palabras como en sus actos como por ejemplo en plazos de entrega, tratamiento del pedido, garantía, garantía, servicio post-venta.
- **Seguridad:** ausencia de peligro, riesgo o dudas a la hora de utilizar el servicio.

- **Accesibilidad:** que se traduce por la facilidad con la que el consumidor puede utilizar el servicio en el momento que lo desee. El acondicionamiento de las secciones y unas señalizaciones más claras aumentan la comodidad para el cliente.
- **Comunicación:** se debe informar al consumidor con un lenguaje que éste entienda, para poder ayudarlo a guiar su elección.
- **Conocimiento del consumidor:** se trata del esfuerzo realizado por la empresa para entender a los consumidores y sus necesidades.

Los microempresarios, deben conocer los elementos tangibles e intangibles, el servicio claro está que es un elemento intangible, ya que no puede percibir físicamente, por ende es muy difícil percibir si el servicio cumplió con todos los requisitos mínimo para la satisfacción.

Cientes

De acuerdo con Martínez (s.f), es importante identificar las características de los clientes, para darles un trato personalizado a cada uno de ellos

- ✓ Son las personas más importantes para cualquier organización
- ✓ Un cliente no depende de usted, es usted quien depende del cliente.
- ✓ Un cliente no interrumpe su trabajo, sino que es la finalidad del mismo.
- ✓ No le está haciendo ningún favor al servirle, sino que ese es su obligación.
- ✓ Son seres humanos llenos de necesidades y deseos. Su labor es satisfacerlos
- ✓ Merecen el trato más amable y cortés
- ✓ Representan el fluido vital de la organización, sin ellos la organización no tendría razón de ser.

Muchas veces los microempresarios dedican sus esfuerzos a atraer nuevos clientes descuidando el valor de sus clientes actuales, que son quienes realmente sustentan el crecimiento de la empresa, ya que sin los clientes las empresas no tendrían sentido.

Tipos de clientes

Para brindar un mejor servicio, es importante conocer los tipos de clientes, de acuerdo con Soto (s.f), es fundamental distinguir los tipos de clientes porque la estrategia que se aplica para cada uno de ellos es distinta

- Los clientes actuales son aquellos que ya acuden a la empresa, hacen compras o han hecho compras.
- Los clientes potenciales son aquellas personas (o empresas u organizaciones) que no han hecho compras en la empresa pero que se ven como posibles clientes en un futuro no muy lejano

Es fundamental que los microempresarios, conozcan sus clientes potenciales, y plantear estrategias para lograr incursionar en ese mercado, de esta manera las micro y pequeñas empresas, seguirán extendiéndose en su rubro, por otra parte en el primer caso (clientes actuales) se busca fidelizar al cliente, mientras que en el segundo caso (clientes potenciales se busca elaborar una estrategia para captarlo y que realice la compra.

Reglas de atención al cliente

De acuerdo con Lopera, (S.f), existen reglas que mejoran el proceso de servicio al cliente las cuales son:

- ✓ Saludar al cliente.
- ✓ Tener una sonrisa amistosa y apariencia agradable.
- ✓ En la medida de lo posible, dar su nombre.
- ✓ Utiliza preguntas abiertas para conocer las necesidades del cliente.
- ✓ El lenguaje corporal debe denotar respeto
- ✓ Saber cuándo debe tratar de tú o de usted al cliente, de entrada siempre de usted.

- ✓ Utilizar el plural y no el singular cuando se refiera a tu empresa, debe notar que somos un equipo de profesionales a su servicio.

Estas reglas permitirían al microempresario, tener un control sobre los procesos de sus servicios, para que estas se puedan mejorar continuamente, por otra parte este proceso lo hacen los trabajadores, entonces los microempresarios, deben capacitarlos en este tema, para que pongan más esfuerzo en sus actividades.

Estrategias para fidelizar clientes

Para mantener la cartera de clientes, y hacer que ellos vuelva con más frecuencia es importante plantear estrategias, de acuerdo con Fernández (2014), existen 5 estrategias para fidelizar a los clientes.

- **Programa de fidelización.** A todo cliente le gusta que le recompensen por realizar una compra y sin duda, el programa de puntos, es una de las tácticas para fidelizar a tus clientes que mejor funcionan.
- **Sorprender, son compras garantizadas.** Si tus márgenes de venta te permiten incluir de vez en cuando un regalo o una sorpresa, estarás de suerte, ya que esta estrategia es infalible para que el cliente repita en la compra. Es lógico que funcione esta táctica, ya que si a un cliente lo sorprendes con un regalo inesperado, hace que su respuesta sea positiva, y te devuelva el agradecimiento realizando otra compra.
- **Construir relaciones sociales.** Las redes sociales son la mejor forma para construir relaciones duraderas con nuestros clientes, y para conseguir clientes nuevos.
- **Ofrecer descuentos.** Para esta estrategia, también tendrás que analizar si tus márgenes te permiten realizarla. Esta táctica, es muy sencilla, ya que consiste en ofrecer descuentos sólo a clientes fieles, y con ese descuento realizarán otra compra y se sentirán contentos, ya que habrán compra el artículo que querían por un precio más bajo.

El microempresario, debe poner en práctica estas estrategias, para que el cliente no decida irse a la competencia, por ende conocerlos bien, y adaptar una estrategia para cada uno de ellos, permitir fidelizarlos y esto recomendaran a la empresa, maximizado así las utilidades.

2.3 Marco teorico y conceptual

Historia de la venta de instrumentos musicales

En el Perú la venta de instrumentos musicales se ha incrementado, esto debido a que la población requiere del servicio de algunos artistas, para algún tipo de evento, ya sea un cumpleaños, una boda, etc; todo ello impacta en la creación de nuevas empresas o grupo de personas, de tal manera que ellos deciden adquirir productos de instrumentos musicales, para que puedan ofrecer sus servicios, pero todo ello tiene una historia, como es MUSICARIA, esta empresa fue fundada por Santiago Reig Pascual en 1961 en los bajos de su domicilio en Santa Cruz de Tenerife. Su formación especializada en este mercado provenía de sus estudios y titulación como director de música. En aquellos lejanos tiempos, el Sr. Reig comenzó importando pianos usados desde Inglaterra. Contaba con la colaboración de un agente de compras en Londres, Mr. Hohnor, y en Tenerife, con un técnico – afinador, Don Antonio López – padre, que reparaba el mecanismo de los pianos, y un ebanista, D. Rubén, que restauraba los muebles de los instrumentos importados.

Instrumentos musicales en el Perú

En el Perú las importaciones de bienes de consumos duraderos, como es en el caso de los instrumentos musicales, crecieron en un 2.4%, en el año 2014, fecha en la cual se realizaron las últimas estadísticas.

Las micro y pequeñas empresas de venta de instrumentos musicales

Estas pequeñas empresas, se dedican a vender todo tipo de instrumentos musicales, de acuerdo al gusto de cada cliente, de esta manera se pueden ajustar a sus

necesidades, entre los principales instrumentos musicales son y equipos de sonido son: la guitarra, el bajo, violín, trompetas, tambores, minicomponentes, estudios, etc.

Clientes

- Artistas
- Colegios
- Universidades

Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas de venta de instrumentos musicales

La gestión de calidad en estas pequeñas empresas, se maneja de manera ortodoxa, ya que los dueños, consideran que no es tan importante, enfocarse en gestionar adecuadamente sus recursos, si no se preocupan mucho en vender, dejando de lado la satisfacción del cliente.

Gestión de calidad

Conjunto de operaciones que se realizan para dirigir y administrar un negocio o una empresa.

Atención al cliente

El servicio de atención al cliente, o simplemente servicio al cliente, es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

III. HIPÓTESIS

En la presente investigación “GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE EQUIPOS DE SONIDO E INSTRUMENTOS MUSICALES, DISTRITO DE CHIMBOTE, 2017”, no se plantea hipótesis por ser una investigación de tipo 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*.

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal por qué el estudio “Caracterización de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017”, se realizó en un espacio de tiempo determinado, es decir en el año 2017; se inicia el 1° de enero y culmina 31 de diciembre.

Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.

4.2 Población y muestra.

a) Población

La población del estudio está conformada por 7 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017 (Ver anexo n°3)

b) Muestra

Para desarrollar la investigación se aplicó la encuesta al 100% del total de la población en estudio de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. (Ver anexo n°3)

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

| Variable | Definición conceptual | Dimensiones | Indicadores | Medición |
|----------------|--|-------------------------|---|----------|
| Representantes | Persona natural o jurídica que representa y asume la responsabilidad de una empresa. | 1. Edad | De 18 a 30 años De 31 a 50 años De 51 años a más | Razón |
| | | 2. Genero | Masculino Femenino | Nominal |
| | | 3. Nivel de instrucción | Sin instrucción Nivel Secundaria Nivel Técnicos Nivel Superior | Ordinal |
| | | 4. Cargo | Dueño Contador | Nominal |
| | | 5. Tiempo en el Cargo | 0 a 3 años 4 a 6 años 7 años a mas | Razón |

| Variable | Definición conceptual | Dimensiones | Indicadores | Medición |
|----------|-----------------------|-------------|-------------|----------|
|----------|-----------------------|-------------|-------------|----------|

| | | | | |
|---------------------------|---|---------------------------------------|---|---------|
| Micro y pequeñas empresas | MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. | 6.Cuantos años tiene la MYPE | 0 a 3 años 4 a 6 años 7 años a mas | Razón |
| | | 7.N° trabajadores | 1 a 5 trabajadores 6 a 10 trabajadores 11 a más trabajadores. | Razón |
| | | 8.Personas que trabajan en la empresa | Personas familiares Personas no familiares | Nominal |
| | | 9.Finalidad | Maximizar ganancias Subsistencia | Nominal |

| Variable | Definición conceptual | Dimensiones | Indicadores | Medición |
|----------|-----------------------|--|--|----------|
| | | 10.¿Conocimientos del termino gestión de calidad? | Si No | Nominal |
| | | 11.Técnicas modernas de gestión de calidad que aplica: | Benchmarking Atención al cliente Lluvia de ideas | Nominal |

| | | | | |
|---|---|--|---|---------|
| Gestión de calidad en atención al cliente | Aplicar herramientas de gestión de calidad, para una mejor atención al cliente. Mejorando así los procesos internos de servicio al cliente. | | Las 5 S Liderazgo empresarial Otros | |
| | | 12.Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad | Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otros | Nominal |
| | | 13.Técnicas para medir el rendimiento del personal | La observación La evaluación La escala de puntuaciones Evaluación 360° Otros | Nominal |
| | | 14.La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa | Si No No opina | Nominal |
| | | 15. Conoce el termino atención al cliente | Si No Tengo cierto conocimiento | Nominal |
| | | 16. Aplica la | Si | Nominal |

| | | | | |
|--|--|--|---|---------|
| | | gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes | No A veces | |
| | | 17. La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento | Si No A veces | Nominal |
| | | 18. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad. (Empresario) | Comunicación Confianza Retroalimentación | Nominal |
| | | 19. Factores de calidad en el servicio | Buena atención Rapidez en la entrega de los productos Las instalaciones | Nominal |
| | | 20. La atención que brinda al cliente es: | Buena Regular Mala | Nominal |

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| | | 21. La atención que brinda al cliente es: | No tiene suficiente personal Por una mala organización de los trabajadores Si brindan una buena atención al cliente | |
| | | 22. Beneficios logrados con la calidad en el servicio al cliente. | Clientes satisfechos Procesos de servicios más eficientes. Incremento en las ventas. | |

4.4. Técnicas e instrumentos

La técnica que se utilizó, para recolectar información fue: La encuesta, porque es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

El instrumento, que se utilizó para registrar la información fue: Cuestionario estructurado, que consta de un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente, sobre los representantes, las micro y pequeñas empresas y la variable en estudio (anexo 4).

4.5. Plan de análisis.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes programas: Microsoft Word: Es un procesador de textos de Office 2013, la enésima versión de la popular suite de ofimática de Microsoft, con este software se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones. Acrobat Reader XI: Es un software gratuito que permite leer archivos digitales de extensión PDF, como fue el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual. Microsoft Excel: Es un programa desarrollado y distribuido por Microsoft, el mismo que fue utilizado para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas.

4.6. Matriz de consistencia

| Problema | Objetivos | Variable | Población y muestra | Métodos y diseños | Instrumentos y Procesamiento |
|---|---|---|---|--|---|
| ¿Cuáles son las principales características de Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de | Objetivo general Describir las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. | Gestión de calidad en la atención al cliente | Población: La población en estudio consta de 7 micro y pequeñas empresas del Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos | Diseño El diseño de la investigación fue <i>no experimental – transversal-descriptivo</i> . Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la Gestión de calidad en atención al cliente en las | Técnica La técnica utilizada es la encuesta. Instrumentos En el estudio se utilizó el instrumento del cuestionario Plan de análisis de los datos Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para |

| | | | | | |
|------------------------------|--|--|--|--|---|
| <p>Chimbote, 2017. ?</p> | <p>Objetivos específicos .Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. .Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos</p> | | <p>de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Muestra: La muestra para desarrollar la investigación se aplicó la encuesta al 100% del total de la población en estudio. Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos</p> | <p>micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones. Fue transversal por qué el estudio “Caracterización de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio,</p> | <p>la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel, Microsoft Word, para la redacción digital y Acrobat Reader XI, para leer archivos digitales.</p> |
|------------------------------|--|--|--|--|---|

| | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|
| | <p>musicales, distrito de Chimbote, 2017.</p> <p>.Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.</p> <p>.</p> | | <p>musicales, distrito de Chimbote, 2017.</p> | <p>rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017”, se realizó en un espacio de tiempo determinado, es decir en el año 2017; se inicia el 1 de enero y culmina el 31 de diciembre.</p> <p>Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de</p> | |
|--|--|--|---|---|--|

| | | | | | |
|--|--|--|--|---|--|
| | | | | <p>equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.</p> <p>Fue cuantitativa, porque tuvo una estructura con la cual se puede medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación.</p> | |
|--|--|--|--|---|--|

4.7 Principios éticos:

La presente investigación que se realizó a las micro y pequeñas empresas (MYPE), estuvo bajo el sustento de principios éticos, dentro ellos tuvimos a la responsabilidad ética, donde se preservó la libertad, los valores, los derechos humanos y el respeto tanto por el autor como de los representantes legales de las MYPE, también se consideró el principio de justicia, el cual exige el derecho a un trato de equidad, a la privacidad, anonimato y confidencialidad, porque es la cualidad que posee cierta información de mantenerse reservada para el conocimiento de una persona o de algunas, pero que no debe ser expuesta en forma masiva.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 01. Características del representante de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.

| Datos generales: | Numero de MYPES | Porcentajes |
|-----------------------------|------------------------|--------------------|
| Edad (años) | | |
| 18 – 30 | 3 | 42,9 |
| 31 – 50 | 4 | 57,1 |
| 51 años a más. | 0 | 0,0 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Genero | | |
| Femenino | 1 | 14,3 |
| Masculino | 6 | 85,7 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Grado de instrucción | | |
| Sin instrucción | 0 | 0,0 |
| Primaria | 0 | 0,0 |
| Secundaria | 0 | 0,0 |
| Superior no universitaria | 3 | 42,9 |
| Superior universitaria | 4 | 57,1 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Cargo | | |
| Dueño | 5 | 77,4 |
| Administrador | 2 | 28,6 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Tiempo en el Cargo | | |
| 0 a 3 años | 0 | 0,0 |
| 4 a 6 años | 2 | 28,6 |
| 7 años a más | 5 | 77,4 |
| Total | 7 | 100,0 |

***Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.*

Tabla 02: Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.

| De la Empresa: | Número de MYPES | Porcentaje |
|---|------------------------|-------------------|
| Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años) | | |
| 0 a 3 años | 0 | 0,0 |
| 4 a 6 años | 2 | 28,6 |
| 7 años a más | 5 | 77,4 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Numero de colaboradores | | |
| 1 a 5 | 7 | 100,0 |
| 6 a 10 | 0 | 0,0 |
| 11 a más | 0 | 0,0 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Personas que trabajan en su empresa | | |
| Familiares | 1 | 14,3 |
| Personas no familiares | 6 | 85,7 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Objetivo de la empresa | | |
| Generas ganancias | 7 | 100,0 |
| Subsistencia | 0 | 0,0 |
| Total | 7 | 100,0 |

***Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.*

Tabla 03: Características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.

| Gestión de calidad en la atención al cliente | Número de MYPES | Porcentaje |
|---|------------------------|-------------------|
| Conoce el termino gestión de calidad | | |
| Si | 4 | 57,1 |
| No | 1 | 14,3 |
| Tengo cierto conocimiento | 2 | 28,6 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Técnicas de gestión que aplica | | |
| Benchmarking | 0 | 0,0 |
| Atención al cliente | 5 | 71,4 |
| Lluvia de ideas | 0 | 0,0 |
| Las 5 S | 0 | 0,0 |
| Outsorsing | 0 | 0,0 |
| Otros | 2 | 28,6 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Dificultades del personal en la gestión | | |
| Poca iniciativa | 6 | 85,7 |
| Aprendizaje lento | 1 | 14,3 |
| No se adapta a los cambios | 0 | 0,0 |
| Desconocimiento del puesto | 0 | 0,0 |
| Otros | 0 | 0,0 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Técnicas para medir el rendimiento | | |
| La observación | 7 | 100,0 |
| La evaluación | 0 | 0,0 |
| La escala de puntuaciones | 0 | 0,0 |
| Evaluación 360° | 0 | 0,0 |
| Otros | 0 | 0,0 |
| Total | 7 | 100,0 |
| La gestión de calidad mejora el rendimiento | | |
| Si | 4 | 57,1 |
| No | 2 | 28,6 |
| A veces | 1 | 14,3 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Conoce el termino atención al cliente | | |
| Si | 6 | 85,7 |
| No | 0 | 0,0 |
| Tengo cierto conocimiento | 1 | 14,3 |
| Total | 7 | 100,0 |

Continuara...

Tabla 03: Características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.

| Gestión de calidad en la atención al cliente | Número de MYPES | Porcentaje |
|---|------------------------|-------------------|
| Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes | | |
| Si | 6 | 85,7 |
| No | 1 | 14,3 |
| A veces | 0 | 0,0 |
| Total | 7 | 100,0 |
| La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento | | |
| Si | 2 | 28,6 |
| No | 0 | 0,0 |
| A veces | 5 | 71,4 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Herramientas que utiliza para un servicio de calidad | | |
| Comunicación | 2 | 28,6 |
| Confianza | 5 | 71,4 |
| Retroalimentación | 0 | 0,0 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Factores de calidad al servicio | | |
| Atención personalizada | 6 | 85,7 |
| Rapidez en la entrega de los productos | 1 | 14,3 |
| Las instalaciones | 0 | 0,0 |
| Total | 7 | 100,0 |
| La atención que brinda al cliente es: | | |
| Buena | 3 | 42,9 |
| Regular | 4 | 57,1 |
| Mala | 0 | 0,0 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Porque 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 | 7 | 100,0 |
| Si brindan una buena atención al cliente | 0 | 0,0 |
| Total | 7 | 100,0 |
| Resultados de una buena atención | | |
| Clientes satisfechos | 5 | 71,4 |

| | | |
|-------------------------------|---|-------|
| Fidelización de los clientes | 2 | 28,6 |
| Posicionamiento de la empresa | 0 | 10,0 |
| Incremento de las ventas | 0 | 0,0 |
| Total | 7 | 100,0 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.

5.2 Análisis de Resultados:

Tabla 01. Características generales de los representantes legales de la micro y pequeña empresa.

- ✓ El 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene una edad entre 31-50 años, esto coincide con Torres, (2015) el cual nos muestra que, el 80% de los encuestados tienen entre 31 a 50 años, del mismo modo con Gamarra, (2016) el cual nos muestra que, el 55% de los empresarios tienen entre 31 a 50 años, así mismo con Serrano, (2015) el cual nos muestra que, el 66,7% tiene edades entre 31 y 50 años. Por otra parte esto contrasta con Villanque, (2016) el cual nos muestra que, el 45.45% manifiestan tener de 40 a 49 años de edad. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Son adultos porque son los herederos del negocio, por ende ellos han llevado la dirección de las empresas.
- ✓ El 85,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, esto coincide con Torres, (2015) el cual nos muestra que, el 80% de los encuestados tienen entre 31 a 50 años, del mismo modo con Villanque, (2016) el cual nos muestra que, el 68.18% son de sexo masculino, de la misma manera con Gamarra, (2016) el cual nos muestra que, el 67% de los empresarios son de género masculino, así mismo con Serrano, (2015) el cual nos muestra que, el 100% pertenece al género masculino, así también con Valderrama, (2014), el cual muestra que, el 42.86% son de género masculino. Esto demuestra

que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Predomina el género masculino, puesto que ellos consideran que cuentan con la habilidades suficientes para dirigir la empresa.

- ✓ El 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios superiores, esto coincide con Villanque, (2016) el cual nos muestra que, el 40.91% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitaria completa. Por otra parte esto contrasta con Torres, (2015) el cual nos muestra que, el 60% de encuestados, tiene como grado de instrucción secundaria completa, de la misma manera con Gamarra, (2016) el cual nos muestra que, el 61% d tienen grado de instrucción secundaria, así mismo con Serrano, (2015) el cual nos muestra que, el 66.7% de los representantes encuestados, tiene estudio superior no universitario, así también con Valderrama, (2014), el cual muestra que, el 53.3% tienen estudios secundarios. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Tienen estudios superiores puesto que consideran que los estudios pueden mejorar las habilidades en cada una de las actividades que realizan.
- ✓ El 77,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños, esto coincide con Serrano, (2015) el cual nos muestra que, el 100% de encuestados es dueño del establecimiento. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Son los dueños del negocio, puesto que creen que aún no encuentran a personas con las habilidades necesarias para quedarse como administradores.
- ✓ El 77,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas llevan en el cargo más de 7 años, esto coincide con Torres, (2015) el cual nos muestra que, el 70% de los encuestados manifiesta estar en el cargo entre 4 a 6 años, de la

misma manera con Serrano, (2015) el cual nos muestra que, el 66,7% de los propietarios encuestados de la MYPE en estudio, manifiestan que el tiempo que llevan en el rubro es de 4 a 6 años. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Llevan un buen periodo de tiempo pues la venta en este rubro ha ido creciendo en los últimos años.

Tabla 02: Características de las micro y pequeñas empresas

- ✓ El 77,4% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, esto contrasta con Torres, (2015) el cual nos muestra que, el 50% de las empresas lleva de 4 a 6 años en el rubro, del mismo modo parcialmente coincide con Gamarra, (2016) el cual nos muestra que, el 50% de las Micro y Pequeñas Empresas d tienen de 8 años a más. Esto demuestra que actualmente la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Tienen más de 7 años, puesto que se han paccionado en la mente de los consumidores.

- ✓ El 100,0% de las micro y pequeñas empresas tienen entre tiene entre 1 a 5 colaboradores, esto contrasta con Torres, (2015) el cual nos muestra que, el 40% de los encuestados manifiesta que el número de sus colaboradores es de 4 a 6, de la misma manera con Gamarra, (2016) el cual nos muestra que, el 83% de ellas tiene de 0 a 4 trabajadores, de la misma manera con Serrano, (2015) el cual nos muestra que, el 66,7% de los propietarios encuestados, tiene trabajadores a cargo entre 0 a 3 colaboradores. Esto demuestra que actualmente la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Tienen pocos trabajadores debido a que las empresas no cuentan con la solvencia necesaria para contratar a más personal.

- ✓ El 85,7% de las micro y pequeñas empresas tienen como trabajadores a personas no familiares. No existe comparación con ninguno de los antecedentes. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Tienen a personas no familiares porque los dueños realizaron entrevistas para distintas personas, demás consideran que sus familiares no cuentan con las habilidades suficientes para este rubro.

- ✓ El 100,0% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, esto coincide con Gamarra, (2016) el cual nos muestra que, el 61% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias, de la misma manera con Serrano, (2015) el cual nos muestra que, el 100% de los encuestados ha creado su MYPE, con la finalidad de generar ganancias. Esto demuestra que actualmente la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Tienen como finalidad mejorar sus ingresos y de esta manera poder apoyar con fuentes de empleo a distintas familias.

Tabla 03: Características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas

- ✓ El 57,1% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no conocen del término gestión de calidad, esto coincide con Gamarra, (2016) el cual nos muestra que, el 72% afirman que si conocen el término gestión de calidad. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. No conocen el término gestión de calidad, porque no han llevado ningún curso en este tema.

- ✓ El 71,4% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican en su gestión la herramienta de atención al cliente, esto contrasta con Serrano, (2015)

el cual nos muestra que, el 100% opta por el Benchmarking. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Aplican la atención al cliente, puesto que es una herramienta muy útil para incrementar las ventas y el prestigio de la marca.

- ✓ El 85,7% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que el personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad, esto contrasta con Torres, (2015) el cual nos muestra que, el 40% de los encuestados, manifiesta que su personal no se adapta a los cambios. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Tienen poca iniciativa, debido a que consideran que no es necesario mejorar sus habilidades, ya que están conformes con la experiencia.
- ✓ El 100,0% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas miden el rendimiento del personal a través de la observación, esto coincide con Torres, (2015) el cual nos muestra que, el 60% de los encuestados utiliza la técnica de observación, de la misma manera con Serrano, (2015) el cual nos muestra que, el 100% de propietarios encuestados manifestó usar la observación. Esto demuestra que actualmente la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Miden el rendimiento observando el desempeño diarios del trabajo, de esta manera pueden mejorar los incentivos y la satisfacción de sus trabajadores.
- ✓ El 57,1% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, esto coincide con Torres, (2015) el cual nos muestra que, el 90% manifestó que sí, que la gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio, de la misma manera con Serrano, (2015) el cual nos muestra que, el 66.7% manifiesta que la

Gestión de calidad si contribuye al mejoramiento del negocio, así mismo con Espinoza, (2013) el cual nos muestra que, el 70% están convencidos que una buena gestión de calidad SI genera el éxito en la empresa. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. La gestión de calidad permite mejorar la utilidades de la empresa, puesto que a través de aplicar una atención personalizada, se mejoran las ventas.

- ✓ El 57,1 de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que conocen el término atención al cliente. No existe comparación con los antecedentes. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Conocen el término atención al cliente, puesto que consideran que hoy en día las empresas están enfocadas en mejorar la satisfacción del cliente.
- ✓ El 85,7% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en el servicio que brindan. No existe comparación con los antecedentes. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Aplican una buena atención al cliente, debido a que se está ejerciendo un buen liderazgo.
- ✓ El 71,5% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. No existe comparación con los antecedentes. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Consideran que si se brinda una eficiente atención al cliente, estos pueden

regresar al establecimiento y del mismo modo promocionar a la empresa, a través de las recomendaciones.

- ✓ El 71,4% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. No existe comparación con ningunos de los antecedentes. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Utilizan la confianza, es decir tramiten seguridad, amabilidad en el momento del contacto directo con el cliente.
- ✓ El 85,7% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran como factor importante en el servicio es atención personalizada. No existe comparación con los antecedentes. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Consideran que una buen trato a cada cliente, es decir buscan satisfacer la dudas de cada cliente, para luego mejorar las estrategias de las empresas.
- ✓ El 57,1% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que la atención que brindan es regular, esto contrasta con Villanque, (2016) el cual nos muestra que, el 86.36% manifiestan que la empresa que dirigen siempre cuentan con un buen servicio al cliente. Consideran que sus atención regular, pero están seguros que deben mejorar pues la competencia cada día busca mejorar la atención al cliente.
- ✓ El 100,0% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que no brindan una buena atención al cliente, por una mal organización del personal. No existe comparación con los antecedentes. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de

Chimbote, 2017. Consideran que el personal no están totalmente organizado, es decir cada persona no coordina las actividades que hará desde que ingresa al establecimiento.

- ✓ El 71,4% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, cuentan con clientes más satisfechos, gracias a la calidad en el servicio. No existe comparación con ningunos de los antecedentes. No existe comparación con los antecedentes. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Consideran que los cliente han mejorado su satisfacción y fidelización, del cliente, por lo cual la rentabilidad y el prestigio de la empresa mejoro.

VI. CONCLUSIONES

- ✓ El 57,1% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Están siendo dirigidas por personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, Así mismo el 85,7% son de género masculino, del mismo modo el 57,1% cuentan con estudios superiores universitarios, además el 77,4% son los dueños de las MYPES y el 77,4% llevan en el cargo más de 7 años.
- ✓ El 100,0% de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. El 77,4% llevan en el rubro más de 7 años, así mismo el 100,0% cuentan entre 1 a 5 colaboradores, del mismo modo el 85,7% tienen a personas no familiares trabajando para sus negocios y el 100,0% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias.
- ✓ El 57,1% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Conocen el término de gestión de calidad, por lo cual el 71,4% aplican la técnica de atención al cliente, así mismo el 100,0% miden el rendimiento de su personal a través de la observación, aseguran que el 85,7% del personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad, del mismo modo el 57,1% consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento. Por otra parte el 85,7% si conocen el termino atención al cliente, así mismo el 71,4% utilizan la confianza como herramienta de atención al cliente, el 85,7% consideran que el factor más importante para la buena atención al cliente es atención personalizada, así mismo el 57,1% consideran que tienen una atención regular, del mismo modo el 100,0% consideran que no brindan una buena atención por la mala organización de su personal, por último la calidad en el servicio les ha permitido tener un 71,4% clientes más satisfechos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Diario el Economista, (2013). “*Nueve errores que cometen las pymes y que se pueden evitar*”. Recuperado de, <http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/5111725/09/13/Nueve-errores-que-cometen-las-pymes-y-que-se-pueden-evitar.html>
- Diario Forbes, (2015). “*Los errores más comunes de las PYMES*”. Recuperado de, <https://www.forbes.com.mx/cuales-son-los-errores-mas-comunes-de-las-pymes/>
- Romero, F. (2016). *Problemas que impiden que las pymes logren el éxito*. Recuperado de, <http://www.pqs.pe/actualidad/problemas-que-impiden-que-las-pymes-logren-el-exito>
- Espinoza (2013). “*Caracterización de gestión de calidad de Comerciales rubro calzado (piura), año 2013*”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Serrano, (2015). “*La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías en el distrito de santa, 2015*”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Gamarra, (2016). “*Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarmey, 2016*”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Villanque, A. (2016). “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, 2016*”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Torres, E. (2015). “*La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote, 2015*”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Molina, E. (2014). “*Importancia del proceso administrativo en las empresas*”-

- Recuperado de, <https://www.gestiopolis.com/importancia-del-proceso-administrativo-en-las-empresas/>
- Camino, R. (s.f). “*La gestión empresarial en la actualidad*”. Recuperado de, <http://www.empresadehoy.com/la-gestion-empresarial-en-la-actualidad/>
- Serna, H. (2006). “*Servicio de atención al cliente*” Recuperado el 18 de Agosto del 2017 de, http://importacionesan.blogspot.mx/2011_05_01_archive.html
- Cerezo, P. (s.f). “*La calidad del servicio como elemento estratégico para fidelizar al cliente*”. Recuperado de, <http://www.teleworkspain.com/Art012.htm>
- Martinez, L. (s.f). “*Consideraciones teóricas sobre atención al cliente*”. Recuperado el 18 de Agosto del 2017 de, <http://www.monografias.com/trabajos42/atencion-al-cliente/atencion-al-cliente.shtml>
- Garay, C. (2013). “*El proceso administrativo*”. Recuperado de, <http://panamacamilo.blogspot.pe/2013/07/el-proceso-administrativo.html>
- Quezada, G. (2007). “*Los 8 principios de gestión de la calidad*”. Recuperado el 18 de Agosto del 2017 de, <https://www.gestiopolis.com/los-8-principios-de-gestion-de-la-calidad/>
- Soto, B. (s.f). “*Tipos de clientes*”. Recuperado de, <https://www.gestion.org/marketing/atencion-cliente/30546/tipos-de-clientes/>
- Lopera, L. (s.f). “*Actitudes y tipos de servicio al cliente*”. Recuperado el 18 de Agosto del 2017 de, <http://tipservicliente.blogspot.pe/p/actitudes-y-tipos-de-servicio-al.html>
- Fernández, M. (2014). “*5 Estrategias Infalibles Para Fidelizar A Los Clientes De Tu Ecommerce*”. Recuperado de, <https://www.lancetalent.com/blog/5-estrategias-infalibles-fidelizar-clientes-ecommerce/>

ANEXOS

Anexo N° 01

Cronograma de actividades.

| ACTIVIDADES PROGRAMADAS | Setiembre | | | Octubre | | | | Noviembre | | | | Diciembre | | |
|---|-----------|----|----|---------|----|----|----|-----------|----|----|----|-----------|----|----|
| | 4 | 12 | 13 | 14 | 15 | 20 | 27 | 04 | 11 | 18 | 27 | 01 | 08 | 15 |
| Línea de investigación y Planteamiento del tema de investigación | X | | | | | | | | | | | | | |
| Planteamiento del problema. | | X | | | | | | | | | | | | |
| Determinación de los objetivos y justificación de la investigación. | | | X | | | | | | | | | | | |
| Revisión de la literatura. | | | | X | X | X | | | | | | | | |
| Marco teórico y conceptual-redacción de antecedentes. | | | | | | | X | X | | | | | | |
| Marco teórico y conceptual-redacción de las bases teóricas. | | | | | | | | | X | X | | | | |
| Redacción de la Metodología de investigación. | | | | | | | | | | | X | | | |
| Redacción de las Referencias bibliográficas. | | | | | | | | | | | | X | | |
| Presentación del informe de investigación para su evaluación. | | | | | | | | | | | | | X | X |

Anexo N° 02

Recursos Necesarios

- Recurso humano.
- Recurso económico.
- Computadora.
- Unidades de almacenamiento (USB).

Presupuesto

| Concepto | Valor |
|-------------------------------|---------------------|
| Asesoramiento de tesis | S/. 1800.00 |
| Pasajes | S/. 230.00 |
| Internet | S/. 450.00 |
| Impresión del proyecto | S/. 13.50 |
| Folder manila | S/. 4.20 |
| Lapiceros | S/. 2.10 |
| Otros | S/. 12.00 |
| Total | S/. 2,511.80 |

Anexo N°3

Cuadro de sondeo:

Población muestral de 7micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.

| N° | MYPES | Representantes | Ubicación |
|-----------|-------------------------|-----------------------|-------------------------------------|
| 1 | Bettos import | Anónimo | JR. ALFONSO UGARTE NRO. 635 |
| 2 | Sono music import | Anónimo | Jr. Alfonso Ugarte 720 |
| 3 | Sonigamen SRL | Anónimo | |
| 4 | Planet music | Anónimo | JR. ALFONSO UGARTE NRO. 737 |
| 5 | Soni vision | Anónimo | JR. ALFONSO UGARTE |
| 6 | Audionet | Anónimo | JR. ALFONSO UGARTE |
| 7 | Importaciones Rodson | Anónimo | Jiron A. Ugarte 760 Casco Urbano |

Anexo N°4

Encuesta

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Encueta dirigida a los y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017”

El siguiente trabajo tiene como finalidad recabar información de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017.

“GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE EQUIPOS DE SONIDO E INSTRUMENTOS MUSICALES, DISTRITO DE CHIMBOTE, 2017.”

La información que usted proporcionara será utilizada solo con fines académicos e investigación, por lo que se agradece su información colaboración.

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica
- c) Superior no universitaria
- d) 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
- c) Tengo cierto conocimiento.

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

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) outsourcing
- f) otros
- g) Ninguno

12. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden 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

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al cliente?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

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

- a) Si
- b) No
- c) A veces

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

- a) Si
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

- a) Comunicación
- b) Confianza
- c) Retroalimentación

20. Principales factores que para la calidad al servicio que brinda.

- a) Atención personalizada
- b) Rapidez en la entrega de los productos
- c) c) Las instalaciones

21. La atención que brinda a los clientes es:

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

22. 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.

23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.

- a) Clientes satisfechos
- b) Fidelización de los clientes
- c) Posicionamiento de la empresa
- d) Incremento en las ventas.

Anexo N°4

Figuras

a) Referente los representantes de las micros y pequeñas empresas:

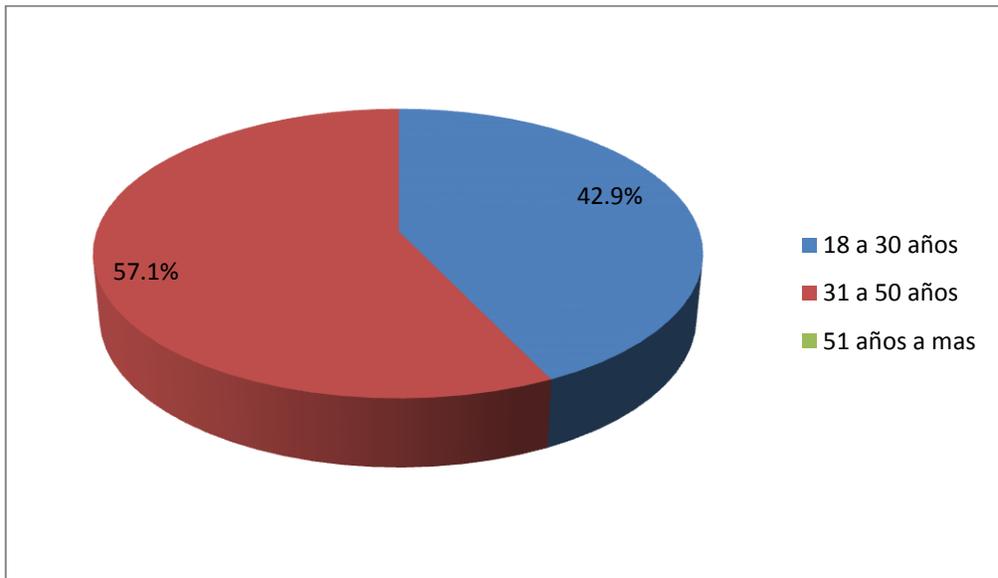


Figura 1. Edad del representante

Fuente: Tabla 1

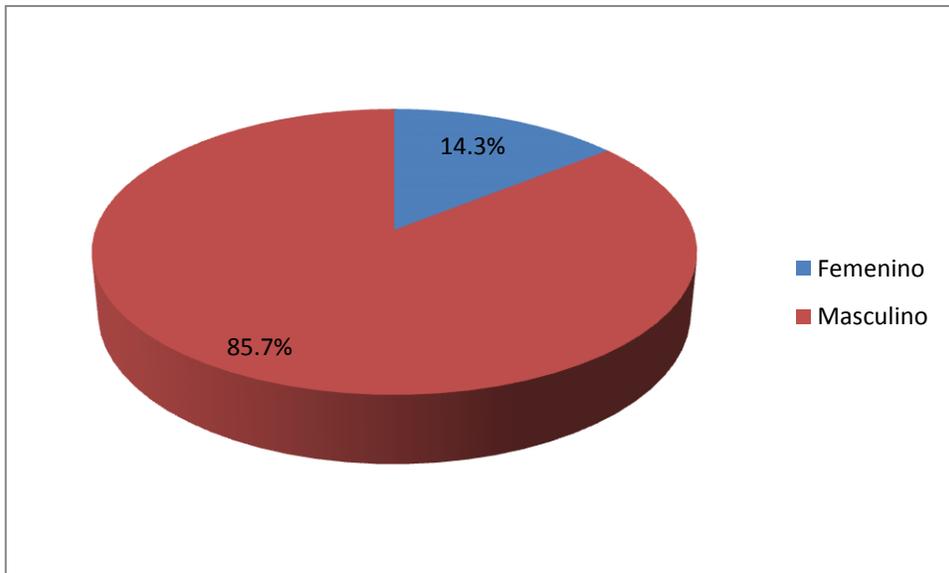


Figura 2. Genero del representante

Fuente: Tabla 1

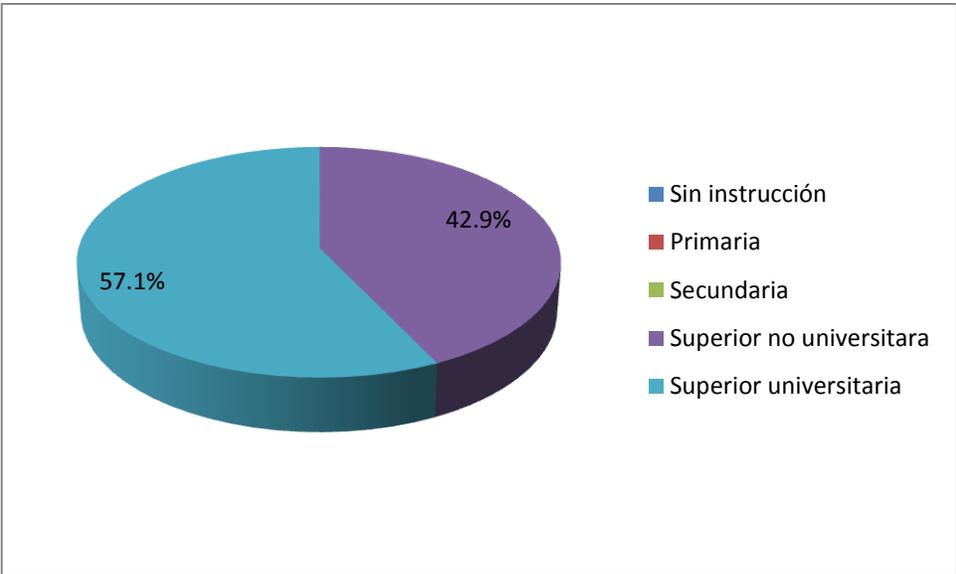


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

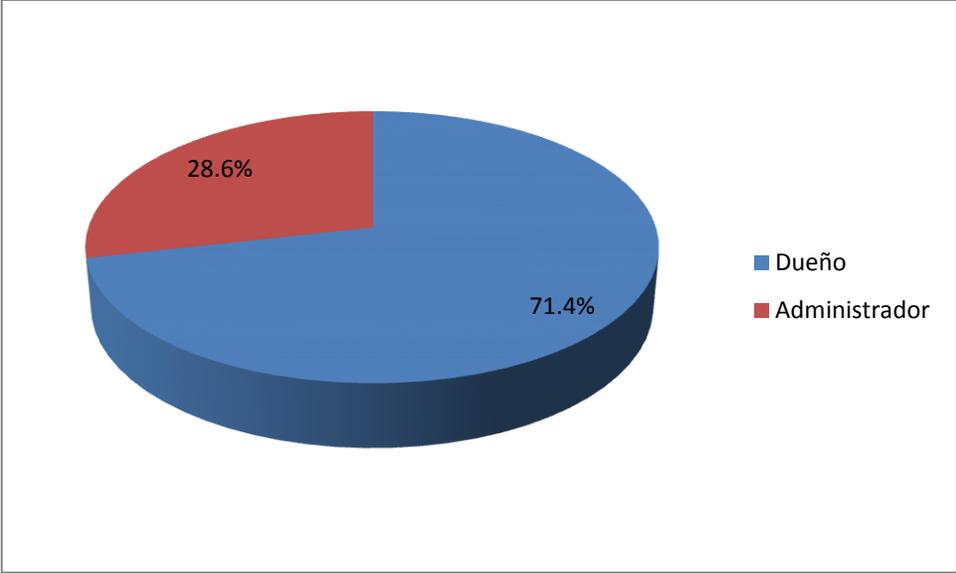


Figura 4. Cargo

Fuente: Tabla 1

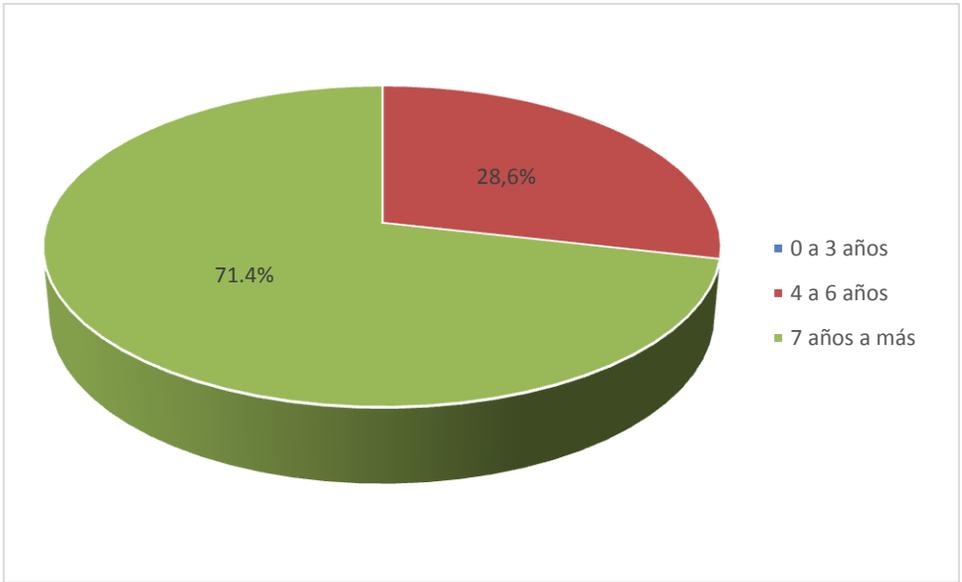


Figura 5. Tiempo en el cargo

Fuente: Tabla 1

b) Referente a las micros y pequeñas empresas:

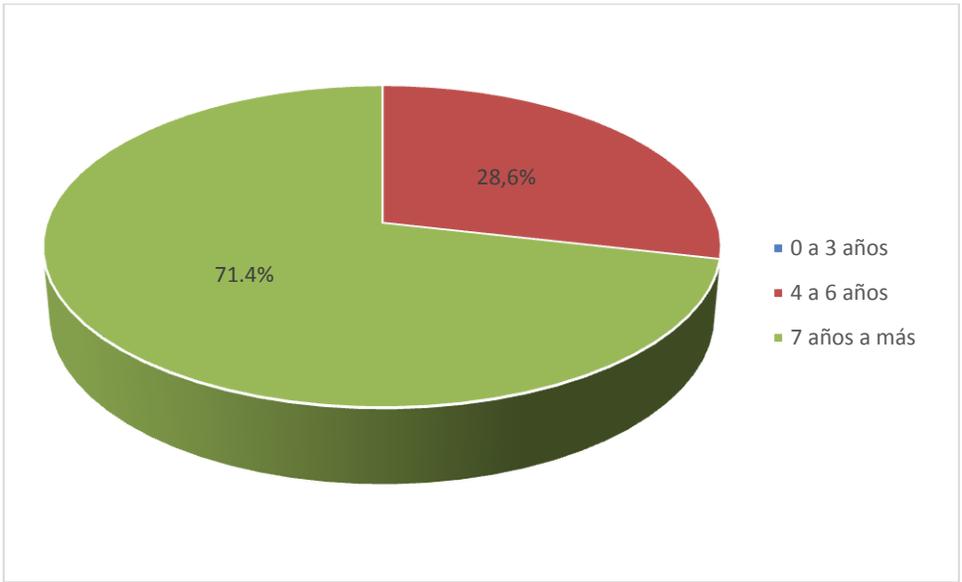


Figura 6. Años en el Rubro

Fuente: Tabla 2

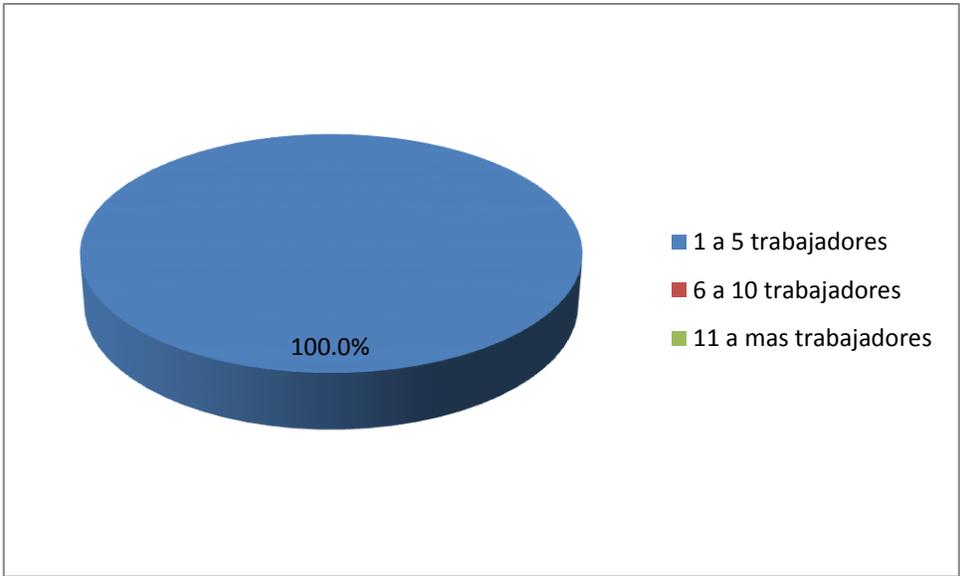


Figura 7. N° de trabajadores

Fuente: Tabla 2

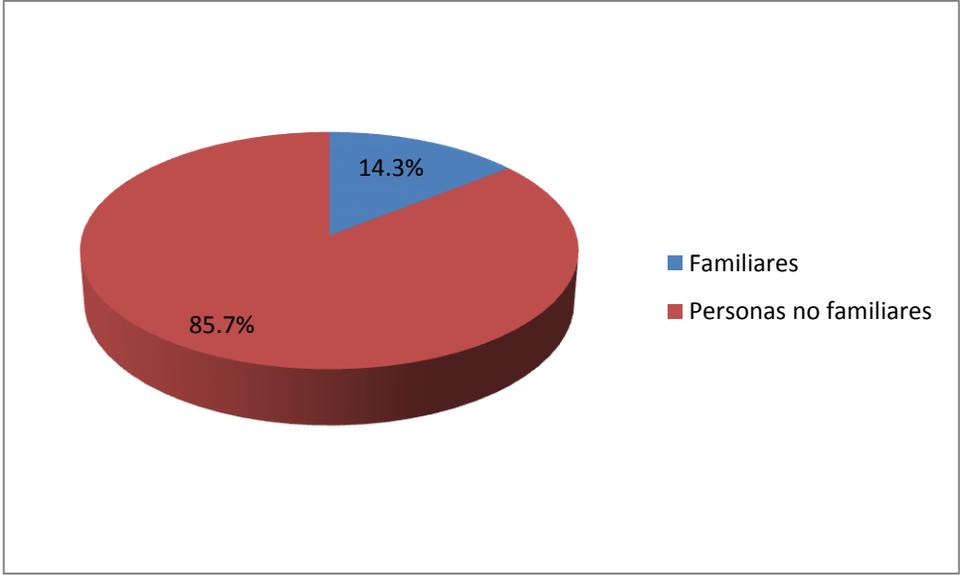


Figura 8. Personas que trabajan en la MYPE

Fuente: Tabla 2

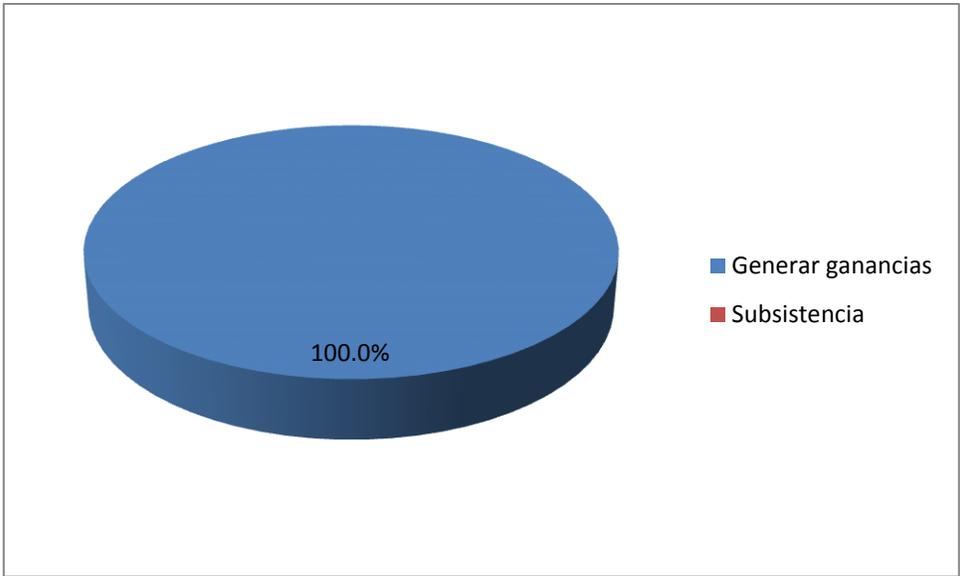


Figura 9. Finalidad de la MYPE

Fuente: Tabla 2

c) Referente a la Gestión de calidad con el uso del Marketing en las micros y pequeñas empresas:

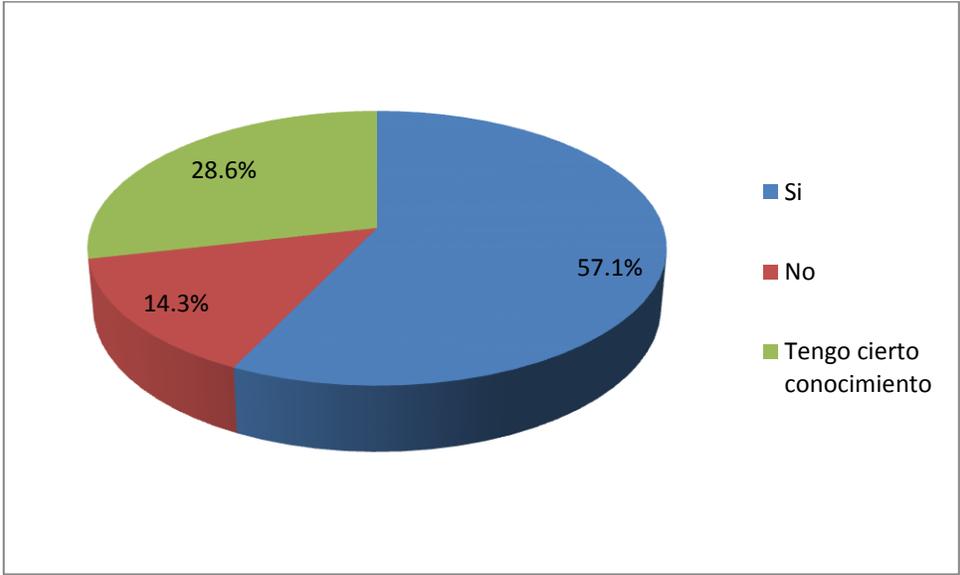


Figura 10. Conocen el término gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

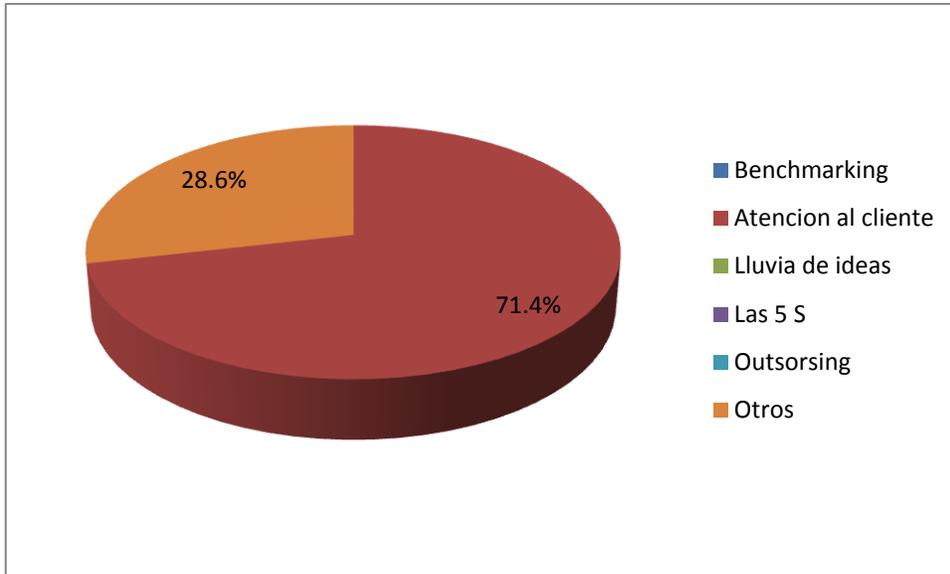


Figura 11. Herramientas de gestión de calidad que aplica

Fuente: Tabla 3

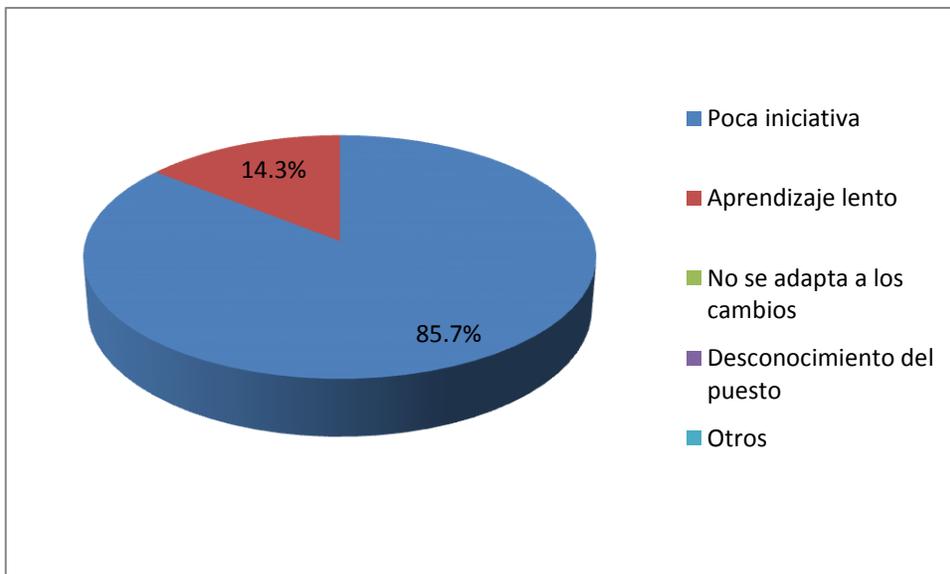


Figura 12. Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

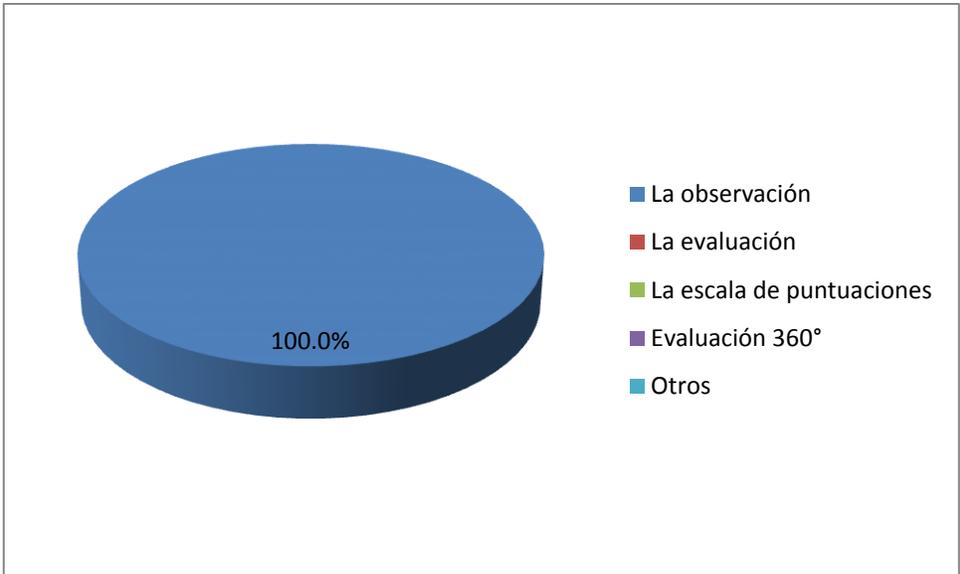


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento

Fuente: Tabla 3

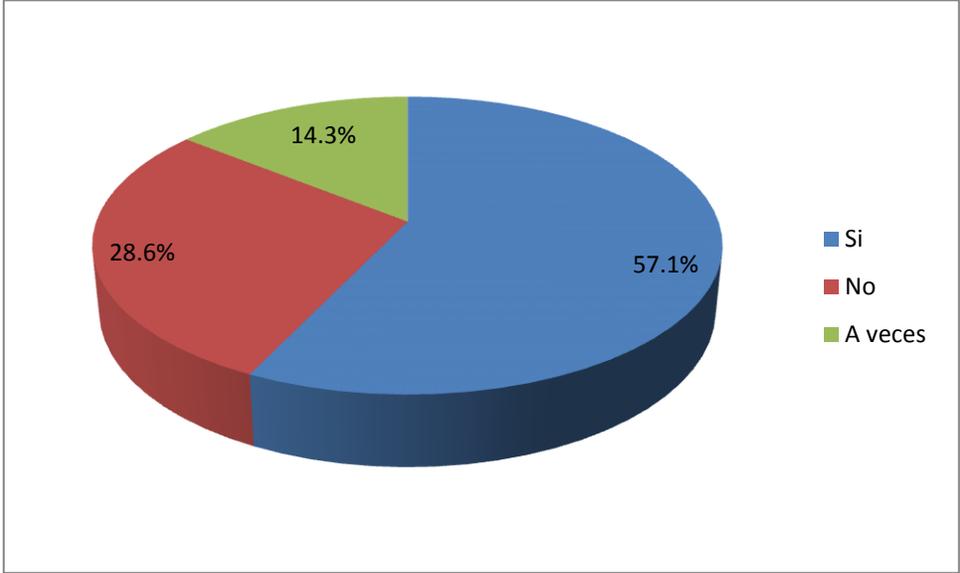


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa

Fuente: Tabla 3

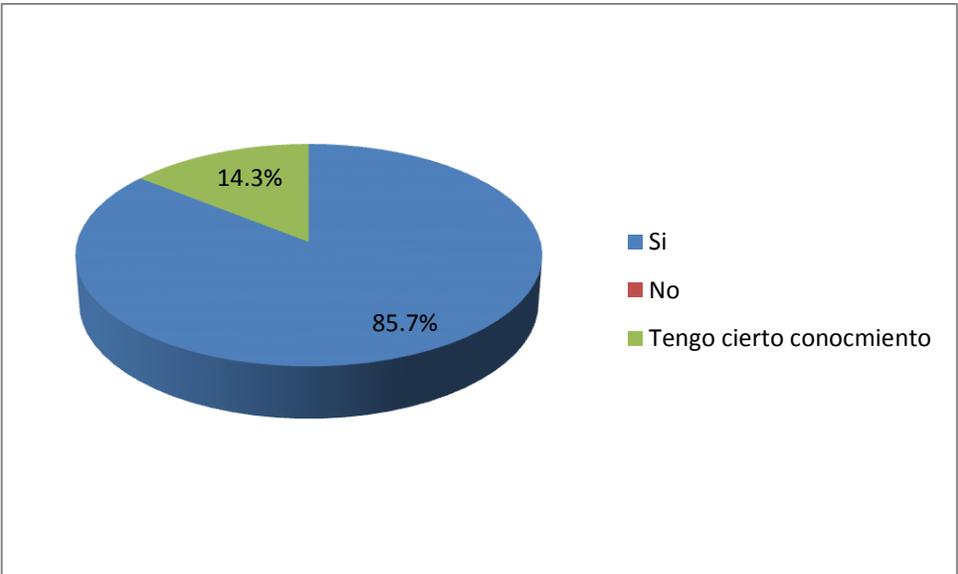


Figura 15. Conocimiento del termino de atención al cliente

Fuente: Tabla 3

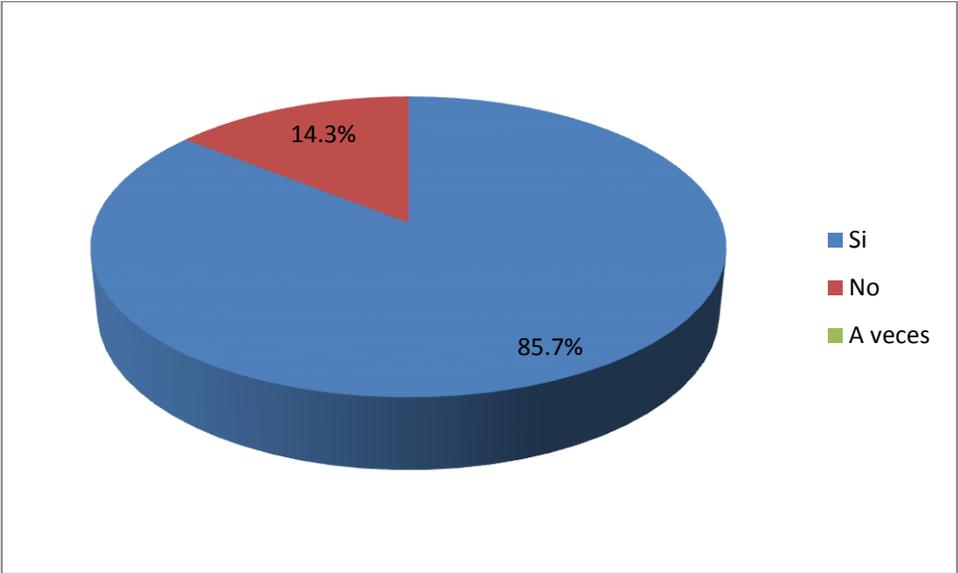


Figura 16. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

Fuente: Tabla 3

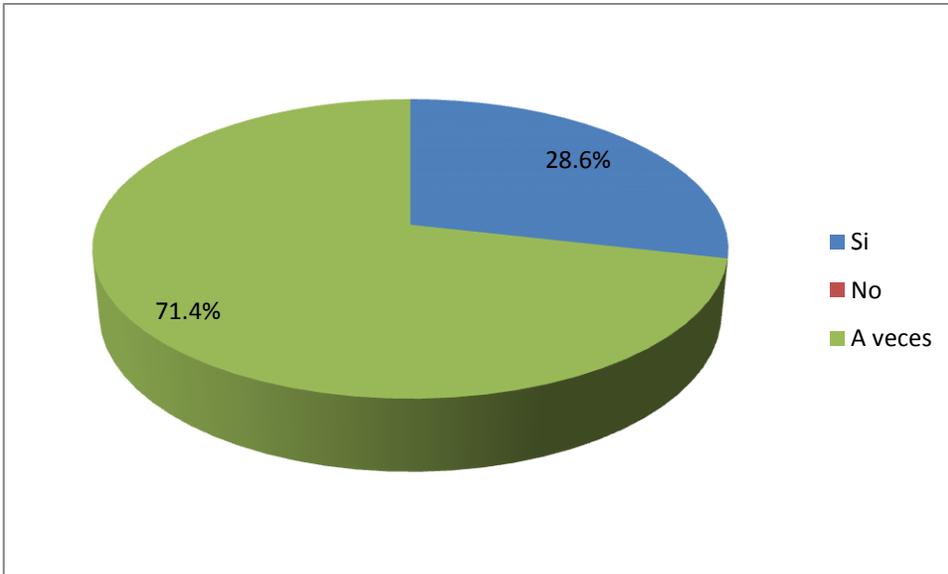


Figura 17. La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento.

Fuente: Tabla 3

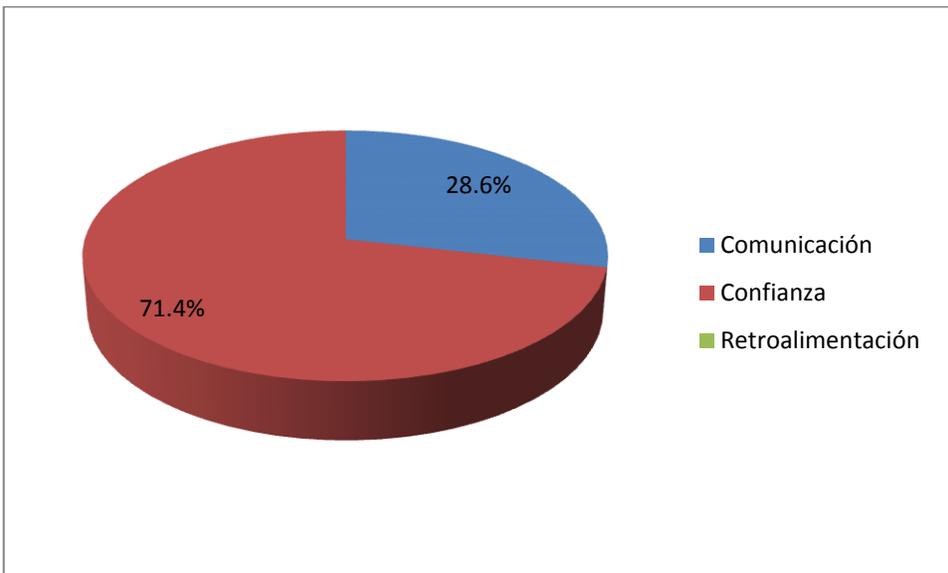


Figura 18. Herramientas de servicio al cliente que aplica

Fuente: Tabla 3

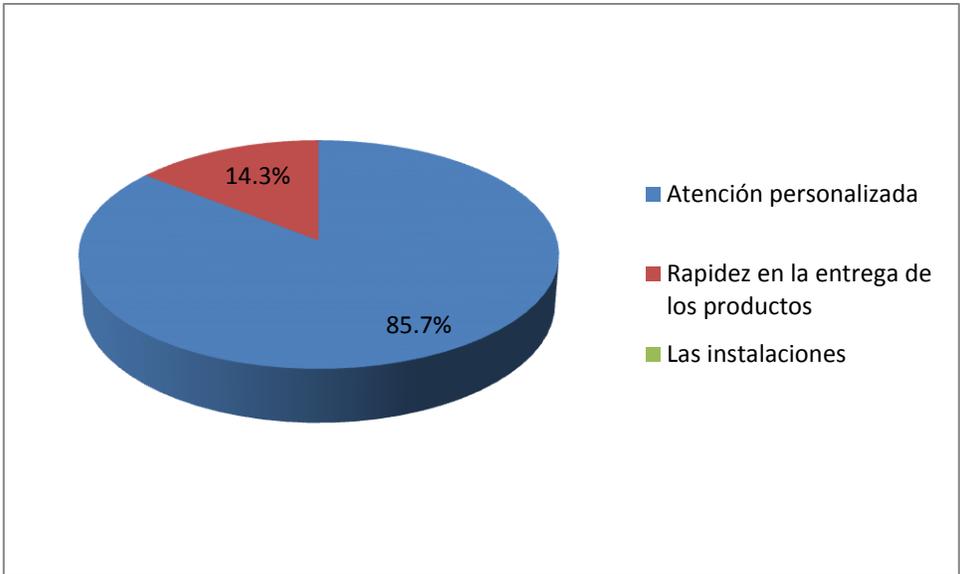


Figura 19. Factores para un servicio de calidad

Fuente: Tabla 3

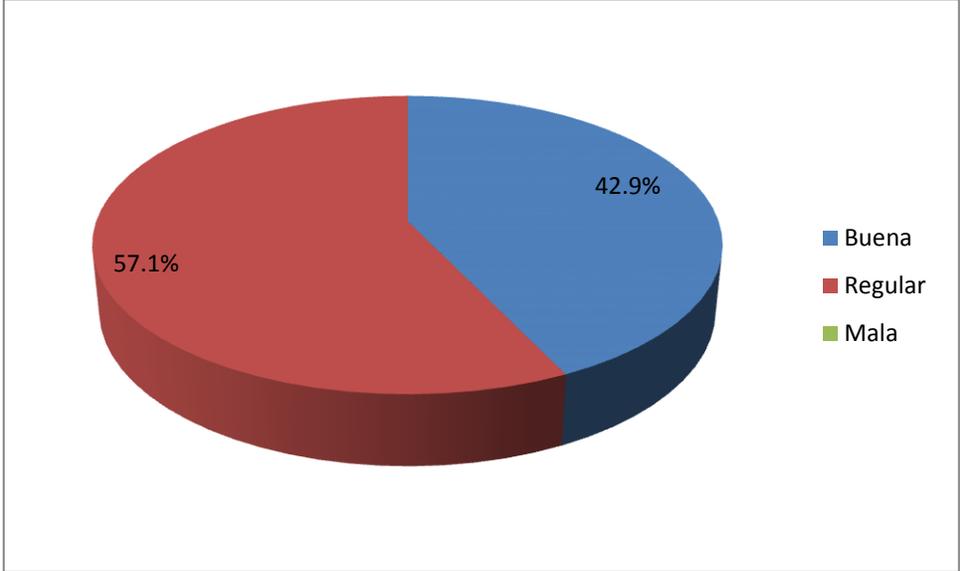


Figura 20. La atención que brinda al cliente es:

Fuente: Tabla 3

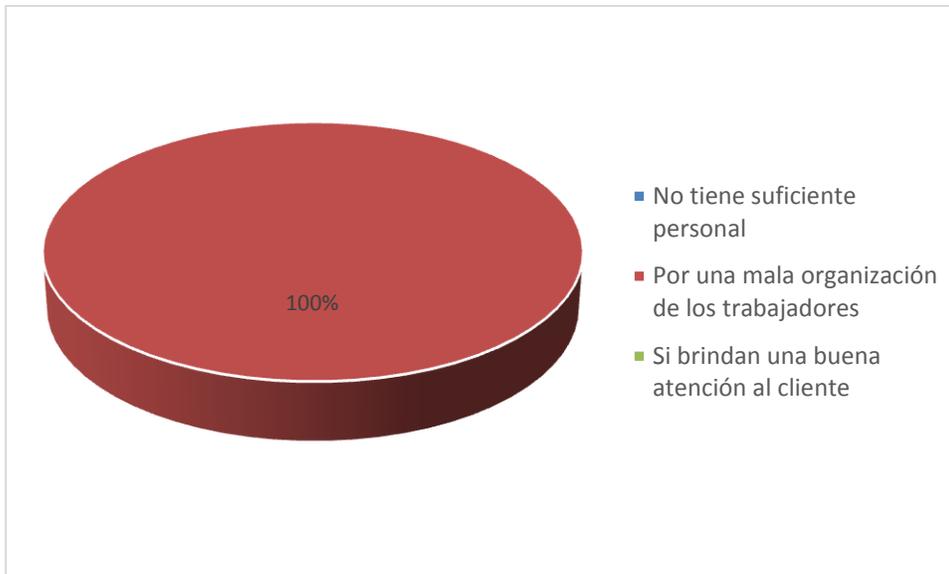


Figura 21. Consideración de un mala atención al cliente

Fuente: Tabla 3

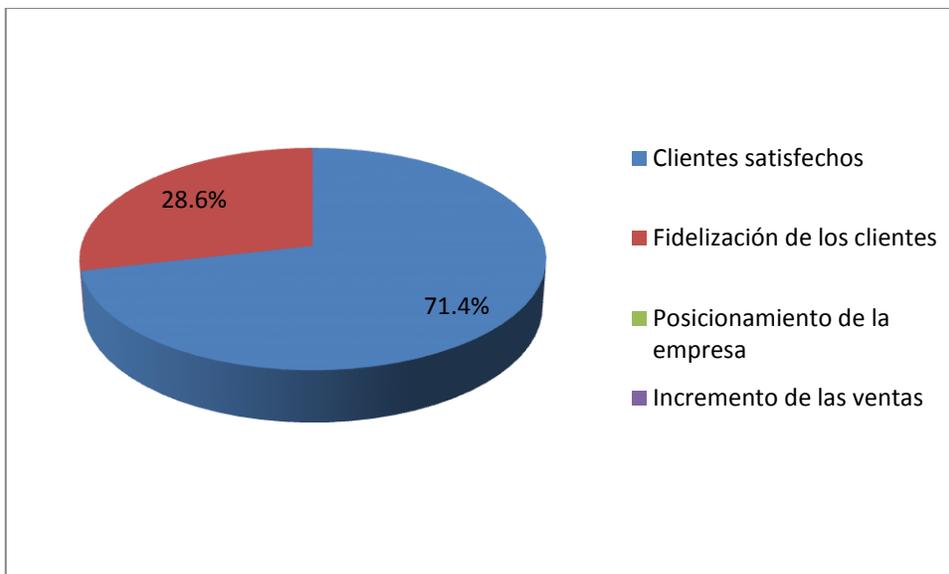


Figura 22. Resultados logrados con la calidad en el servicio al cliente

Fuente: Tabla 3