



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**GESTIÓN DE LA CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO BOUTIQUES PARA CABALLEROS, DEL
CENTRO DE LA CIUDAD DE HUACHO, AÑO 2018**

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

AUTORA:

Br. JACQUELINE FIORELLA KANEMATSU GRADOS

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2019

JURADO EVALUADOR

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mis padres, a los docentes que me acompañaron durante mi carrera universitaria y a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote por mi formación profesional.

.

DEDICATORIA

A mis padres por ser mi soporte y estar conmigo siempre en cada etapa de mi vida personal y profesional, a mi esposo, a mis hijos por ser mi motor y motivo para salir adelante.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar las características de la Gestión de la Calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018. El diseño de investigación utilizado fue no experimental – transversal- descriptivo con una muestra poblacional a 10 Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho utilizando una encuesta de 22 preguntas. Concluyendo así que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho son del género femenino dueñas del negocio pasando los 30 años de edad con un grado de instrucción superior universitaria, alcanzando de 1 a 5 trabajadores. Conocen el término gestión de la calidad en un 90 %, en su mayoría relativa tienen dificultades para la implementación debido a no contar con la suficiente iniciativa y en su mayoría coinciden que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. En su totalidad conocen el término atención al cliente, y piensan que este es fundamental para que el cliente vuelva al establecimiento y así mismo permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

Palabras claves: Atención al Cliente, Gestión de Calidad y Micro y pequeña empresa.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the characteristics of the Quality Management in Customer Service in the micro and small companies of the commerce sector , boutiques for men, from the center of the city of Huacho, 2018. The research design used was non-experimental - transversal - descriptive with a population sample of 10 micro and small businesses of the commerce sector, boutiques for gentlemen, from the center of the city of Huacho using a survey of 22 questions. In conclusion, most of the representatives of the micro and small companies in the trade sector - men's boutiques, from the downtown area of Huacho, are women who own the business, passing the age of 30 with a higher level of university education. , reaching 1 to 5 workers. They know the term quality management in 90%, in their relative majority they have difficulties for the implementation due to not having enough initiative and in their majority they agree that the management of quality contributes to improve the performance of the business. In their totality they know the term attention to the client, and think that this is fundamental so that the client returns to the establishment and likewise allows the positioning of his company in the market.

Keywords: Customer Service, Quality Management and Micro and small business.

CONTENIDO

1. TÍTULO	i
2. HOJA DE FIRMA DEL JURADO	ii
3. AGRADECIMIENTO	iii
4. DEDICATORIA	iv
5. RESUMEN	v
6. ABSTRACT	vi
7. CONTENIDO	vii
8. ÍNDICE DE TABLAS	viii
9. ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	2
III. HIPÓTESIS	14
IV. METODOLOGÍA	15
4.1. Diseño de la investigación	15
4.2. Población y muestra.....	15
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	16
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
4.5. Plan de análisis	17
4.6. Matriz de consistencia	18
4.7. Principios éticos	19
V. RESULTADOS	20
5.1. Resultados	20
5.2. Análisis de resultados	25
VI. CONCLUSIONES	31
RECOMENDACIONES.....	32
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018..20

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018. 21

Tabla 3. Características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018. 22

Tabla 4. Características de la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.24

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad	44
Figura 2. Género	44
Figura 3. Grado de Instrucción	45
Figura 4. Cargo que desempeña	45
Figura 5. Tiempo en el cargo	46
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro	46
Figura 7. Número de trabajadores	47
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa	47
Figura 9. Objetivo de creación	48
Figura 10. Conoce el término Gestión de Calidad	48
Figura 11. Técnicas modernas de la Gestión de Calidad conoce.....	49
Figura 12. Dificultades para su implementación	49
Figura 13. Técnicas de medición del rendimiento	50
Figura 14. Gestión de Calidad mejora el rendimiento del negocio	50
Figura 15. Gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados	51
Figura 16. Conoce el término Atención al Cliente	51
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	52
Figura 18. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?	52
Figura 19. La atención que brinda a los clientes	53
Figura 20. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente	53
Figura 21. ¿Cree Ud. que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?	54
Figura 22. ¿Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento en el mercado?	54

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas (Mypes), en la actualidad juegan un rol muy importante en la economía no sólo del Perú, sino en todos los países del mundo, porque generan empleos (aproximadamente el 70% de peruanos trabajan en una Mypes), además de su contribución al Producto Bruto Interno (del valor total de bienes y servicios finales producidos dentro del territorio nacional, el 42% es producido por las Mypes), pero, a nivel local: ¿Las Mypes tendrán un sistema de gestión de calidad? ¿Las Mypes brindarán una buena atención al cliente?

Interpretando el concepto de Gestión de Calidad, se puede decir que para mantener una organización en el mercado, es fundamental mejorar continuamente el lugar de trabajo, enfocándolo hacia la calidad de bienes y servicios, haciendo que esta actitud sea un factor que prevalezca en todas las actuaciones.

Por otro lado, la atención al cliente es un proceso encaminado a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos, así como también atraer cada vez un mayor número de clientes por medio de un posicionamiento, que lleve a realizar gratuitamente la publicidad persona a persona.

Por todo lo mencionado, para la investigación se enuncia el siguiente problema:

¿Cuáles son las características de la Gestión de la Calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018?

Teniendo como objetivo general:

Determinar las características de la Gestión de la Calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.

Y los objetivos específicos:

Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018., describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018., describir las características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018., y describir las características de la Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.

Si se logra una buena gestión de calidad en atención al cliente, se obtendrá que el cliente se sienta seguro y con sentido de pertenencia, manteniéndose satisfecho y produciendo un efecto multiplicador, lo que sería el punto clave de crecimiento de la cartera y por ende una excelente atención al público.

Esta investigación se justifica en líneas generales porque va a inducir a que los dueños y/o representantes apliquen las técnicas para lograr la Gestión de calidad para que puedan estar mucho más tiempo en el mercado y evitar desaparecer a los meses de poner en marcha su emprendimiento.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Yacupoma (2017) en su tesis *Gestión de calidad en Atención al cliente en micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: ferretería Santa María S.A.C, año 2016.*

Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente en micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: ferretería Santa María S.A.C, año 2016.

Presentando los siguientes resultados:

Respecto a los empresarios: el 50 % de los representantes tienen entre 33 a 45 años. El 62,5 % son masculinos.

Respecto a las Mypes: El 100 % de Las MYPES son formales.

Respecto a la Gestión de la calidad en Atención al cliente: El 100 % aplican una gestión de calidad para atención a los clientes. El 62,5 % de las MYPES han aplicado técnicas modernas para la mejora de la gestión de calidad. El 100 % brindan una atención de buena calidad a los clientes.

Concluyendo que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas son formales, tienen entre 1 a 5 trabajadores laborando en sus empresas, con un tiempo de permanencias entre 7 a más años en el rubro. Respecto al caso: la ferretería "SANTA MARIA" es una empresa formal, cuenta con 5 trabajadores y tiene 7 años de permanencia en el rubro de Ferreterías.

Con respecto a la Gestión de calidad las micro y pequeñas empresas aplican una gestión de calidad para la atención a los clientes, a la vez han aplicado técnicas modernas para la mejora de gestión de calidad en sus micro y pequeñas empresa, han capacitado a sus colaboradores en atención al cliente y todos creen que con un buen servicio de calidad mejora la productividad en la empresa, crearon sus empresas para generar ganancias, afirman que sus colaboradores brindan una atención de calidad y que su prioridad es la atención con amabilidad.

Respecto a las características de la Gestión de calidad en la ferretería Santa María S.A.C si aplican una gestión de calidad para atención a los clientes han aplicado técnicas modernas, han capacitado a sus colaboradores en atención al cliente, si creen que un buen servicio mejora la productividad en la empresa, creo esta empresa por motivo de generar ganancias, afirma que sus colaboradores brindan una atención de calidad y su prioridad antes sus clientes para gestionar una atención de calidad es la atención con amabilidad.

Gamarra (2017) en su tesis *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*. Tuvo como objetivo, 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. Se obtuvo los siguientes resultados: el 55% de los empresarios tienen entre 31-50 años de edad. El 67% de los empresarios respondieron que son de sexo masculino. El 61% tienen grado de instrucción secundaria. El 100% de las Micro y Pequeñas Empresas son formales. El 61% de las Micro y Pequeñas Empresas fueron creados con la finalidad de generar ganancia. El 44% de los empresarios señalaron que el nivel de servicio que prestan es la prontitud en la atención. El 72% de los empresarios si conocen el término de gestión de calidad, pero el 72% no utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación.

Concluyendo que, los empresarios tienen edad promedio de 31 a 50 años, son de sexo masculino, tienen grado de instrucción secundaria, las Micro y pequeñas empresas son formales, se crearon para generar ganancia, y atienden con prontitud. Sus propietarios conocen la gestión de calidad pero no usan las Tecnologías de Información y Comunicación.

Torres (2017) en sus tesis *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote, 2015*. Teniendo como objetivo 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, obtuvo los siguientes resultados: El 80% de los encuestados tienen entre 31 a 50 años, el 80% pertenece al género masculino, el 60% de encuestados tiene como grado de instrucción secundaria, el 60% es dueño del establecimiento, el 100% ha creado su empresa para generar ganancias, el 60% no sigue un plan de negocios estratégicos, el 90% manifestó que la gestión de calidad sí contribuye al mejoramiento del negocio, el 50% utiliza el Benchmarking, el 40% de los encuestados manifiesta que su personal no se adapta a los cambios, el 90% de los encuestados manifiestan que sí son competitivos.

Concluyendo: Sobre la gestión de calidad la mayoría no tiene un plan de negocio estratégico, pero sí reconocen que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, la mayoría aplica sin conocimiento o poco conocimiento la técnica del benchmarking y con respecto al personal la mayoría no se adapta a los cambios, pero son competitivos.

Pineda (2014) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro transporte turístico terrestre del distrito de Huaraz, 2014*. Planteó el siguiente objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro transportes turístico terrestre del distrito de Huaraz, 2014. Llegó a los siguientes resultados: El 50% manifiestan tener de 31 a 40 años de edad. El 90% son de sexo masculino. El 70% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitario. El 50% manifiesta que muy pocas veces identifican y analizan la situación actual de la empresa. El 50% manifiestan que muy pocas veces identifican los problemas potenciales que se puede presentar dentro de la empresa. El 70% manifiestan que muy pocas veces implementan cursos de gestión en base a sus potencialidades y debilidades. El 40% manifiestan que muy pocas veces implementan todos los recursos necesarios para el servicio adecuado. El 50% manifiesta que muy pocas veces solucionan los problemas que se presenta en el proceso de prestación de servicios por parte del personal.

El 30% manifiesta que muy pocas veces elaboran encuestas de satisfacción al cliente. El 40% manifiesta que muy pocas veces cumplen con todas las normas establecidas. El 70% manifiesta que muy pocas veces verifican las actividades que se realiza en el proceso de prestación de servicios. El 60% manifiestan que muy pocas veces adquieren nuevas tecnologías para el proceso de prestación de servicios. El 50% manifiesta que muy pocas veces elaboran el plan de mejoramiento dentro del proceso de prestación de servicios. Concluye que: En cuanto a las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, son formales y son administradas por gerentes varones de 41 a 50 años de edad con grado de instrucción superior no universitario. Respecto a las principales características de la gestión de calidad, los resultados del estudio nos muestran que los gerentes no planifican, no evalúan y no verifican las actividades que se llevan a cabo dentro del proceso de prestación de servicios dentro de la empresa, lo cual existe una deficiencia de gestión de calidad por parte de los gerentes, teniendo como resultado una inadecuada atención al cliente.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Micro y pequeñas empresas

Definición

Estipula la Ley 28015 en el artículo 2:

“La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización contemplada en la legislación vigente, para desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (Congreso de la República, 2003).

Características de las micro y pequeñas empresas

Bajo la Ley 30056 (2013), en el artículo 5 contempla: Las micro, pequeñas y medianas empresa son categorizadas de acuerdo al nivel de ventas anual, tenemos:

Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT (Congreso de la República, 2013).

La UIT para este presente año 2018 equivale a 4 150.00 soles según el D.S. N° 380-2017-EF, cada año hay una variación debido a la declaración de ingresos y egresos que se someten las Mypes (SUNAT, 2018).

Objetivo

La Ley 28015 en el artículo 1 estipula: “Establecer el marco jurídico para la promoción y competitividad, buscando la formalización y el desarrollo de las Mypes con políticas de alcance general y instrumentos de apoyo, incentivando la inversión privada y acceso a los mercados, siempre impulsando el emprendimiento”.

Importancia de las Mypes

El Perú es un país de emprendedores, a continuación datos relevantes de las Mypes:

Aportan al PBI

Aproximadamente aportan el 40% del PBI.

Generación de empleo

Generan empleo, inclusión social, innovación, competitividad y lucha contra la pobreza. Las Mypes generan el 47% del empleo en América Latina.

Motor de desarrollo

Constituyen el 98.6% de las unidades empresariales, van creciendo y desarrollándose, dinamizando la economía.

Empresas

El 96.5% de las empresas en el Perú son Mypes.

Mujeres emprendedoras

En el Perú aproximadamente 1 270 000 de Mypes son lideradas por el género femenino. Además, el 79.5% se ubica en el interior del país y sólo el 20.5% está en Lima.

Créditos Mypes

Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) colocaron S/. 11,831 millones a las Mypes a inicios del año.

Según Vásquez (2013) las micro y pequeñas empresas representan un 95,9% del total de la estructura productiva del Perú, porcentaje que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas, así también podemos decir que 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.

Gestión de la Calidad

Definición

“Un sistema de Gestión de Calidad es una herramienta que permite planear, ejecutar y controlar actividades para el desarrollo de la misión de una organización, a través de los altos estándares de calidad, que son medidos por indicadores” (Unidad Cooperativa de Colombia).

Importancia

Dar al usuario final lo que requiere, atendiendo las exigencias del mercado.

Buscar más que la satisfacción del cliente, recoger las necesidades para explorar nuevos nichos de mercado.

Interceder en las solicitudes del cliente y las posibilidades de reparar la insatisfacción.

Implementar el sistema de gestión por procesos para cumplir con los requisitos legislativos.

Norma ISO 9001

Norma internacional elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) se define: Norma que se aplica a los Sistemas de Gestión de Calidad (SGC) de Mypes, independientemente de su tamaño o actividad. Es un método y guía de trabajo para la mejora de la calidad de los productos y/o servicios, así como de la satisfacción del cliente” (Norma ISO 9001, 2008).

Beneficios

Altos niveles de satisfacción al cliente.

Mejora en la flexibilidad y capacidad de respuesta frente a nuevas oportunidades.

Capacidad de aumentar la cuota de mercado.

Reducción de costos.

Mayor efectividad en la gestión del riesgo

Mejor rendimiento en los procesos de comunicación, planificación y administración (Norma ISO 9000, 2015).

Objetivo de la norma ISO 9001

Lograr que las empresas cumplan los requisitos legales y reglamentarios del producto, conduciendo a la excelencia en el servicio al cliente y la entrega.

La importancia de la Calidad en las empresas

Según Chávez (2006) nos indica que en la actualidad tenemos diferentes sistemas para medir la calidad de las cosas que necesitamos o queremos obtener. Vivimos un momento clave en la historia del hombre; estamos expuestos y tenemos acceso a todo a través de los sistemas de información y comunicación; por lo tanto es importante recalcar que así como podemos acceder tan sencillamente a la información, esta nos ayuda a evaluar las características de tal o cual producto, objeto, cosa, etc. Esto nos pone en una gran ventaja a la hora que queremos comprar algún producto, bien o servicio, porque podemos elegir entre el gran universo de información que hay y a la vez valor las cualidades, ventajas y desventajas de cada uno; pero también nos pone en la disyuntiva a la hora que nosotros somos los que vendemos o prestamos los servicios, porque de la misma manera que nosotros ponemos una lupa para observar, los demás también nos están observando.

Atención al cliente

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.

Características

Según Humberto Serna Gómez (2006) se encuentran las siguientes:

- Es intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- Es perecedero, se produce y consume instantáneamente.
- Es continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
- Es integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
- La oferta del servicio, prometer y cumplir.

-El foco del servicio, satisfacción plena del cliente.

-El valor agregado, plus al producto. (p. 19)

Importancia

Según Karler (2014) la importancia radica en:

- La competencia es cada vez mayor, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.
- La competencia es cada vez más dura, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.
- Los clientes son cada vez más exigentes, buscan una buena atención, ambiente agradable, rápida atención, un trato personalizado.
- Si un cliente queda insatisfecho por la atención recibida es muy probable que hable mal y cuente su mala experiencia a otros consumidores.
- Si un cliente recibe una buena atención es muy probable que vuelva a adquirir los productos o vuelva a visitar y recomiende a otros consumidores.

Tipos

Según Maniviesa (2013) los tipos de atención al cliente son:

- Atención presencial, se produce un encuentro físico con el cliente, sin las barreras ni interferencias que ocasiona el trato telefónico o a través de otras vías. Se da contacto visual y el lenguaje no verbal que juega un papel muy importante.
- Atención telefónica que exige que se cumplan una serie de normas no escritas si usted desea lograr su plena satisfacción. El hecho que no podamos observar las posibles reacciones del interlocutor hace que tengamos que poner más esfuerzos y demostrar una actitud diferente a la presencial.
- Atención virtual con la entrada de las nuevas tecnologías y el auge del comercio electrónico, se está imponiendo una vía alternativa para efectuar las compras.
- Atención proactiva que consiste en crear necesidades en el cliente y motivar la compra de nuestro producto o servicio, contactamos directamente, sin esperar a que él lo haga.
- Atención reactiva relacionada con el sentido del contacto entre las partes que se da del cliente hacia los demás, simplemente se está dando respuesta a la demanda.

- Atención directa que es aquella atención que expresa la necesidad y además es el que decide acerca de la compra, se trata de una atención directa, sin intermediarios.
- Atención indirecta referida a cuando la persona que hace la demanda no es la que toma la decisión final en la compra, podemos hablar de una atención indirecta.

Objetivos de la Atención al Cliente

Según Piña (2010) los objetivos son:

- Escuchar al cliente activamente entendiendo sus necesidades y atendiendo sus requerimientos. Comprender cuáles son sus expectativas.
- Asesorarlo y presentarle la mejor opción disponible, producto o servicio, que responda a sus necesidades y deseos.
- Definir con él aquellos beneficios del producto o servicio que se dirigen mejor a cubrir sus deseos y necesidades.
- Responder todas sus inquietudes acerca de la adquisición y mejor uso del producto o servicio.
- Aclarar sus dudas y objeciones para que el cliente sienta el placer y la satisfacción de lo adquirido.
- Ofrecer todas las garantías y referencias que aseguren al cliente que su decisión es la más correcta.
- Coordinar con el cliente las condiciones de su compra: Fecha de entrega, envío, soporte técnico.
- Comprometer al cliente un seguimiento de satisfacción.
- Efectuar ese seguimiento del producto o servicio para conocer si alcanzó los resultados esperados.
- Brindar continuidad y seguimiento a la relación con el cliente.

2.3. Bases conceptuales

Micro y pequeña empresa

Unidades económicas independientes generadoras de empleo, regidas por una legislación de acuerdo al volumen de sus ventas anuales; la mayoría de ellas se crean por ganancias pero terminan subsistiendo en el día a día. (Ley Mypes)

Gestión de Calidad

Conjunto de actividades coordinadas que se ponen en marcha sobre determinados elementos con el objetivo de lograr calidad en los productos o servicios ofrecidos a los clientes.

Atención al Cliente

Mecanismo de cómo se brinda un servicio y de qué manera los colaboradores cumplen con sus actividades, teniendo como finalidad el cliente.

Boutique para caballeros

Lugar donde brindan atención personalizada, ropa exclusiva para caballeros de acuerdo a las tendencias de la moda.

III. HIPÓTESIS

No se planteó hipótesis por ser un estudio de investigación de tipo descriptivo.

IV. METODOLOGIA

4.1. Diseño de la investigación

Para la presente investigación Gestión de la Calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, 2018. El diseño de la investigación que se utilizó fue no experimental – transversal- descriptivo. No experimental, porque no se realizó modificaciones, transversal porque se da en un tiempo determinado del año 2018 y descriptivo porque se describe las características más resaltantes.

4.2. Población y muestra

Población: Se cuenta con una población de 10 Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, 2018 que fueron obtenidas mediante la observación y cuadro de sondeo.

Muestra: Se aplicó total por ser una población pequeña, una muestra dirigida a 10 Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, 2018 previo llenado del cuadro de sondeo.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Gestión de la calidad en atención al cliente	Gestión de la calidad: Modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente	¿Conoce el termino Gestión de Calidad?	Si No	Nominal
		¿Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?	Benchmarking Neuromarketing Marketing La 5 s Outsourcing Otros.	
		¿Que dificultades para la implementación de gestión de calidad?	Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otros	
		¿Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	Observación Evaluación Escala de puntuaciones Evaluación de 360° Otros	
		¿Contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	Si No	
		¿Ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas?	Si No	
		¿Conoce el término Atención al cliente?	Si No	
		¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	Si No	

	Atención al cliente: Conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.	¿La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento?	Si No	
		¿La Atención que brinda a los clientes es?	Buena Regular Malo	
		¿Porque considera que se está dando una mala atención al cliente?	No tiene suficiente personal Mala organización Brinda una buena atención al cliente	
		¿Cree Ud. Que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?	Si No	
		¿Cree Ud. Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?	Si No	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: Se aplicó la encuesta.

Instrumento: Se utilizó el cuestionario.

4.5. Plan de análisis

Los programas que se han utilizado:

Microsoft Excel 2013, donde se ha elaborado las tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales de la variable en estudio y las figuras estadísticas respectivas, además del análisis descriptivo correspondiente.

Microsoft Word 2013, donde se realizó la redacción de los informes de cada etapa de la investigación.

4.6. Matriz de Consistencia

Matriz de consistencia						
Problema	Objetivos		Variables	Metodología		
				Población y muestra	Métodos	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las características de la Gestión de la Calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018?	General	Específicos	Gestión de la Calidad en Atención al cliente	<p>Población:</p> <p>Se tiene al 100% una población de 10 Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.</p> <p>Muestra:</p> <p>Se aplicó al 100% de la población, una muestra dirigida a 10 Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, 2018.</p>	<p>Diseño de la Investigación:</p> <p>No experimental-transversal – descriptivo.</p> <p>No experimental, porque no se realizó modificaciones , transversal porque se da en un tiempo determinado del año 2018 y descriptivo porque se describe las características más resaltantes.</p>	<p>Técnica:</p> <p>Se utilizó la Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario de 23 preguntas.</p>
	Determinar las características de la Gestión de la Calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.	<p>Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.</p> <p>Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.</p> <p>Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.</p> <p>Describir las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.</p>				

4.7. Principios éticos

Principios de confidencialidad

Solo serán publicadas las informaciones que los representantes o gerentes de las micro y pequeñas empresas desearon que sean publicadas.

Principios de confiabilidad

Las informaciones y datos que se presentaron son reales, recopilados a través de la encuesta, internet, tesis de autores relacionados con el tema de investigación.

Respeto a la persona humana

Se respetará las opiniones, religiones, costumbres de las personas que participaran en el trabajo de investigación para el bien común.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.

Datos generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad		
18 a 30 años	3	30.00
31 a 50 años	7	70.00
51 a más años	0	0.00
Total	10	100.00
Género		
Masculino	4	40.00
Femenino	6	60.00
Total	10	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	4	40.00
Superior No Universitaria	2	20.00
Superior Universitaria	4	40.00
Total	10	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	7	70.00
Administrador	3	30.00
Total	10	100.00
Tiempo en el cargo		
0 a 3 años	5	50.00
4 a 6 años	3	30.00
7 a más años	2	20.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.

De la empresa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	3	30.00
4 a 6 años	5	50.00
7 a más años	2	20.00
Total	10	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	10	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	10	100.00
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	3	30.00
Personas no familiares	7	70.00
Total	10	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancias	10	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los restaurantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.

Gestión de Calidad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el término Gestión de Calidad		
Si	9	90.00
No	1	10.00
Total	10	100.00
Técnicas modernas de la Gestión de Calidad conoce		
Benchmarking	0	0.00
Red – corporativas	0	0.00
Empowerment	0	0.00
Las 5 C	1	10.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	9	90.00
Total	10	100.00
Dificultades para su implementación		
Poca iniciativa	5	50.00
Aprendizaje lento	0	0.00
No se adapta a los cambios	2	20.00
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Otros	3	30.00
Total	10	100.00
Técnicas de medición del rendimiento		
La Observación	5	50.00
La Evaluación	5	50.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00

continúa en la página siguiente

Características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.

Gestión de Calidad mejora el rendimiento del negocio

Si	9	90.00
No	1	10.00
Total	10	100.00

Ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización

Si	9	90.00
No	1	10.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.

Tabla 4

Características de la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.

Atención al Cliente	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el término Atención al cliente		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?		
Si	8	80.00
No	2	20.00
Total	10	100.00
¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
La atención que brinda a los clientes es:		
Buena	10	100.00
Regular	0	0.00
Malo	0	0.00
Total	10	100.00
¿Por qué considera usted que se está dando una mala atención al cliente?		
No tiene suficiente personal	0	0.00
Por una mala organización de los trabajadores	0	0.00
Si brindan una buena atención al cliente	10	100.00
Total	10	100.00
¿Cree Ud. que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?		
Si	9	90.00
No	1	10.00
Total	10	100.00
¿Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Edad: El 70% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años, mientras un 30% de 18 a 30 años (Tabla 1), estos resultados coinciden con los estudios realizados por Yacupoma (2017) quien señala que el 50% de los representantes tienen entre 33 a 45 años. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 están dirigidas por personas adultas mayores de 31 años, generalmente con cierta experiencia en el negocio.

Género: El 60% de los representantes de las Mypes son de género femenino, mientras el 40% restante son del género masculino (Tabla 1), estos resultados contrastan con los obtenidos por Yacupoma (2017) que indica que el 62,5% son masculinos. Se interpreta que en su mayoría las micro y pequeñas empresas del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 son representadas por mujeres quienes son más idóneas y responsables.

Grado de instrucción: El 40% de los encuestados posee estudios de superior universitaria, un 40% tiene secundaria y un 20% superior no universitaria (Tabla 1), no contando con antecedentes similares. Esto indica que los representantes de las Mypes del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 poseen estudios universitarios, por lo que conocen el manejo del negocio y también por la experiencia adquirida.

Cargo que desempeña: El 70% de los representantes son los mismos dueños de sus negocios, mientras el 30% restante cumplen con la función administrativa (Tabla 1), no encontrando antecedentes similares. Se demuestra que son los mismos dueños en la mayoría de los representantes de las Mypes del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.

Tiempo en el cargo: El 50% indicó que tienen de 0 a 3 años, el 30% de 4 a 6 años y un 20% de 7 años a más (Tabla 1), no teniendo antecedentes similares. En su mayoría los representantes permanecen desde la creación hasta la actualidad en las micro y pequeñas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas

Tiempo de permanencia en el rubro: El 50% manifestó de 4 a 6 años, el 30% de 0 a 3 años y un 20% de 7 años a más (Tabla 2), estos resultados contrastan con los de Yacupoma (2017) que señala en su investigación tiene más de 7 años de permanencia. Esto demuestra que la mitad de las micro y pequeñas empresas del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 tienen en promedio de cuatro a seis años en el mercado.

Número de trabajadores: El 100% de las micro y pequeñas empresas del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 señalan que cuentan de 1 a 5 trabajadores (Tabla 2), estos resultados obtenidos coinciden con los de Yacupoma (2017) donde en su mayoría tienen entre 1 a 5 colaboradores. Se interpreta que las Mypes generalmente solicitan más de 1 trabajador para ofrecer una atención personalizada.

Personas que trabajan en su empresa: El 70% de los representantes encuestados anotaron personas no familiares y un 30% familiares (Tabla 2), no habiendo antecedentes similares. Se interpreta que en la mayoría de las Mypes del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 laboran personas no familiares, quienes son elegidas por su capacidad y responsabilidad.

Objetivo de creación: El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 indican que fueron creadas para generar ganancias (Tabla 2), esto coincide por el estudio realizado por Yacupoma (2017) donde en su totalidad crearon sus empresas para lograr ganancias. Esto demuestra que los emprendedores al momento de hacer empresa lo realizan pensando en recibir ganancias.

Tabla 3

Características de la variable Gestión de Calidad

Respecto a la interrogante ¿Conoce el término Gestión de Calidad?: El 90% de los encuestados menciona que sí, mientras un 10% indican que no (Tabla 3), estos resultados coinciden con los encontrados por Yacupoma (2017) donde el 100% conoce el significado del término gestión de calidad. Esto se interpreta que la mayoría de los representantes de las Mypes del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 conocen sobre Gestión de Calidad.

De acuerdo a la pregunta ¿Qué técnicas modernas de la Gestión de Calidad conoce?: El 90% indicaron la categoría otros y un 10% señalaron las 5S (Tabla 3), estos resultados contrastan con los de Yacupoma (2017) donde en su totalidad conocen las técnicas modernas de gestión de calidad. Esto se interpreta que las Mypes del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 desconocen las técnicas por falta de actualización sobre el desarrollo de las micro y pequeñas empresas.

Con respecto a la pregunta ¿Qué dificultades para la implementación de gestión de calidad?: El 50% de los representantes encuestados indicaron que se debe a la poca iniciativa, un 20% porque no se adaptan a los cambios y un 30% en la categoría de otros (Tabla 3), estos resultados contrastan con los del estudio de Yacupoma (2017) donde las Mypes han capacitado a su personal para implementar la gestión de calidad. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 deberían tomar la iniciativa para capacitarse e implementar la gestión de calidad en su totalidad.

Respecto a la pregunta ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?: El 50% de los encuestados señalan la observación y el otro 50% indica la evaluación (Tabla 3), no se ha encontrado antecedentes similares. Esto da a conocer que los representantes de las Mypes del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 miden el rendimiento de sus colaboradores a través de la observación y evaluación con el objetivo de mejorar.

La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio: El 90% indican que sí, mientras un 10% menciona que no (Tabla 3), estos resultados coinciden con el estudio de Yacupoma (2017) donde el 100% de los encuestados indican que la gestión de calidad mejora la productividad en la empresa. Se interpreta que los representantes de las Mypes del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 en su mayoría señalan una adecuada gestión de calidad aporta a mejorar el rendimiento del negocio.

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización: El 90% de los representantes encuestados señalaron que sí, mientras un 10% mencionaron que no (Tabla 3), no contando con antecedentes similares. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 consideran que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización.

Tabla 4

Características de la técnica administrativa: Atención al Cliente

Respecto a la pregunta ¿Conoce el término atención al cliente?: El 100% de los representantes encuestados indicaron que si lo conocen (Tabla 4), no se encontraron antecedentes similares. Esto señala que en su totalidad las micro y pequeñas empresas del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 conocen sobre atención al cliente y tiene claro el objetivo de satisfacer al cliente con un buen servicio.

De acuerdo a la interrogante ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?: El 80% indica que si, mientras un 20% mencionaron que no (Tabla 4), estos resultados coinciden con los de Yacupoma (2017) donde el 100% aplican una gestión de calidad para atención a los clientes. Esto se interpreta que las micro y pequeñas empresas del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 ponen en práctica la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes.

Con respecto a la pregunta ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?: El 100% de los representantes encuestados señalaron que si (Tabla 4), no teniendo antecedentes similares. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 concuerdan que brindando una buena atención al cliente es primordial para que pueda regresar en otra oportunidad.

La atención que brinda a los clientes es: El 100% de los representantes afirmaron que es buena (Tabla 4), no contando con antecedentes similares. Esto indica que las micro y pequeñas empresas del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 califican de buena la atención que brindan al público.

Respecto a la interrogante ¿Por qué considera usted que está dando una mala atención al cliente?: El 100% de los representantes encuestados señalan que brindan una buena atención al cliente (Tabla 4), no presentando antecedentes similares a la investigación. Se interpreta que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 consideran que la atención al cliente siempre debe ser buena buscando la satisfacción siempre.

Según la pregunta ¿Cree Ud. Que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?: El 90% de los representantes mencionaron que sí, mientras un 10% señalaron que no (Tabla 4), no encontrando antecedentes similares. Esto demuestra que en su mayoría las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 buscan siempre dar solución inmediata a los reclamos y sugerencias presentados por los clientes.

Respecto a la interrogante ¿Cree Ud. Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?: El 100% mencionaron que si (Tabla 4), no contando con antecedentes similares. Esto indica que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho 2018 consideran que la atención que brindan es fundamental para poder posicionarse en el mercado.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 tienen como representantes a sus propios dueños, que en su mayoría relativa se desempeñan de 0 a 3 años en el cargo y cuentan con estudios de superior universitaria; asimismo en su mayoría absoluta son dirigidas por mujeres con edades que fluctúan de 31 a 50 años.

En su mayoría relativa las micro y pequeñas empresas del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 tienen de 4 a 6 años de permanencia en el mercado, en su mayoría absoluta las personas que trabajan son personas no familiares, asimismo en su totalidad son de 1 a 5 colaboradores y estas Mypes fueron creadas con el objetivo de generar ganancia.

En esta investigación los representantes de las micro y pequeñas del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 señalaron que en su mayoría conocen el término de Gestión de Calidad pero desconocen de técnicas modernas. Además, en su mayoría relativa presentan poca iniciativa para implementar la gestión de calidad y miden el rendimiento del personal a través de la observación y evaluación. Por último, en su mayoría indican que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio y a alcanzar los objetivos trazados.

En su totalidad las micro y pequeñas empresas del rubro boutiques para caballeros, del centro de la ciudad de Huacho, año 2018 conocen el término de atención al cliente y la consideran fundamental para que éste regrese al establecimiento, señalan de buena la atención que brindan. Además, en su mayoría consideran la gestión de calidad en el servicio que brinda, siendo eficiente dando solución a los reclamos y en su totalidad mencionan que la atención al cliente permite el posicionamiento en el mercado.

RECOMENDACIONES

Para una Mype de boutiques para caballeros lo primordial es tener actitud de servicio saludar y saber en que momento acercarnos mostrándose siempre amables y serviciales.

Asesorar al cliente con el producto que desea o necesite, ser rápidos en la atención y sobre todo no abandonar al cliente por atender a otros.

Apoyarse en herramientas y tecnología digital (redes sociales, página web), no dejando de lado los canales tradicionales tales como el teléfono ya que hay clientes que prefieren hacer sus consultas por ese medio.

Por último si se cuenta con 2 o más trabajadores se busca generar la integración del equipo generando confianza entre ellos y de esa manera mejorar la calidad del servicio.

REFERENCIAS

- Congreso de la Republica. (2013). *LEY N° 30056. El Peruano, 498461*. Recuperado de http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSI ON_LEY_30056/Ley N 30056.pdf
- Congreso de la República. (2003). *LEY N° 28015. El Comercio, 247377*. Recuperado de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28015.pdf>
- Chávez, N. (2006). *¿Por qué es importante la calidad?* https://www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=1971 &categoria=5
- Gamarra, L (2017). *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 Huarney, 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.
- Karler, P (2014). *La importancia de brindar un buen servicio al cliente*. <http://www.crecenegocios.com/la-importancia-de-brindar-un-buen-servicio-al-cliente/>.
- Maniviesa, D (2014). Tipos de atención al cliente. <http://pymerang.com/ventas-y-servicio/servicio-al-cliente/451-tipos-de-atención-al-cliente>.
- Ministerio del trabajo (2013). *Importancia de las MYPES en el Perú*. <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-elperu.html>
- Norma ISO 9000. (2015.) *Beneficios de la norma ISO 9001*. Recuperado de <http://www.normas9000.com/content/Beneficios-de-la-norma-ISO9001.aspx>
- Norma ISO 9001. (2008). *Sistemas de gestión de la calidad*. Quality Management Systems, 1–20. Recuperado de <http://ped.sinaloa.gob.mx/Documentos/SAF/0 Norma ISO 9001-2008 Requisitos.pdf> <https://www.pqs.pe/economia/mypes-importancia-economia-peru>

- Pineda.S, (2014). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro transporte turístico terrestre del distrito de Huaraz, 2014*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/.Uladech>.
- Piña, M (2010). *Los objetivos principales del servicio de atención al cliente*. <http://www.luxortec.com/blog/los-objetivos-principales-del-servicio-de-atención-al-cliente/>
- Serna Gómez, H (2006). *Servicio de Atención al Cliente*. Recuperado de <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>
- SUNAT. (2017). *Índices y tasas - Unidad Impositiva Tributaria*. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/indicestasa/uit.html>
- Torres, N (2017). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote, 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.
- Yacupoma, C (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente en micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: ferretería Santa María S.A.C, año 2016*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración en Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

ANEXOS

ANEXO 1: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Meses de duración (octubre, noviembre, diciembre y enero)															
	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Búsqueda de problemática	x	x	x	x												
Búsqueda de información sobre la Caracterización del problema	x	x	x	x												
Desarrollo de justificación	x	x	x	x												
Desarrollo de los objetivos: Generales y específicos	x	x	x	x												
Revisión del marco teórico y conceptual					x	x	x									
Desarrollo de la metodología								x	x	x						
Revisión final del proyecto								x	x	x						
Modificaciones del proyecto									x	x						
Presentación del proyecto									x	x						
Elaboración del cuestionario											x					
Descripción operacional de las variables y sus indicadores											x					
Revisión del cuestionario											x					
Aplicación de encuestas											x	x				
Desarrollo de resultados (Tabulación elaboración de gráficos e interpretación).											x	x				
Elaboración de la discusión – Análisis del resultado												x				
Elaboración del informe final												x				
Revisión final													x	x		
Sustentación																x

ANEXO 2: PRESUPUESTO

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Bienes de consumo			
Papelería	2 millares	25.00	50.00
Lapiceros	2 unidades	2.50	5.00
Usb	1 unidad	30.00	30.00
Folder y fastener	5 unidades	1.00	5.00
Cuaderno	1 unidad	5.00	5.00
Otros	-	155.00	155.00
Total bienes			250.00
Servicios			
Pasajes			150.00
Impresiones	500 unidades	0.10	50.00
Copias	200 unidades	0.10	20.00
Internet		150.00	150.00
Anillados	3 unidades	10	30.00
Telefonía móvil y fija		200.00	200.00
Taller de tesis			2100
Total de servicios			2700.00
Total general			2950.00

ANEXO 3: CUADRO DE SONDEO Y MUESTRA POBLACIONAL

N°	Razón Social	Dirección
1	Sport Men'S	Calle Adán Acevedo 430
2	Darío Vaes	Calle La Merced
3	613 Pacific	Centro Comercial Grau
4	Bens A&S Urban Store	Francisco Rosas # 219-C
5	Chf	Centro Comercial Grau I - Stand 109
6	Luis Varillas Store	Av. Adán Acevedo 401
7	Hawai Deport	Av. Echenique N° 609
8	Studio C7	Av. Echenique
9	D'ley.	Prolg. Leoncio Prado S/N
10	Moodaly Boutique	Atahualpa 133

ANEXO 4: ENCUESTA

CUESTIONARIO DE ATENCION AL CLIENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:

.....
..... Para
obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

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) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Cómo conoce el término Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No

11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:

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

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

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

13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

- a) La observación
- b) La evaluación

- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) Otros

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

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al cliente?

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No

19. La atención que brinda a los clientes es:

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No

ANEXO 5: TABULACIÓN

Preguntas	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Relativa (%)
Edad	18 – 30 años	III	3	30
	31 – 50 años	IIIIII	7	70
	51 años a más	0	0	0
	Total	10	10	100
Género	Masculino	III	4	40
	Femenino	IIIIII	6	60
	Total	10	10	100
Grado de Instrucción	Sin instrucción	0	0	0
	Primaria	0	0	0
	Secundaria	III	4	40
	Superior No Universitaria	II	2	20
	Superior Universitaria	III	4	40
	Total	10	10	100
Cargo	Dueño	IIIIII	7	70
	Administrador	III	3	30
	Total	10	10	100
Tiempo en el cargo	0 a 3	IIII	5	50
	4 a 6	III	3	30
	7 a más	II	2	20
	Total	10	10	100
Tiempo de la Mype en el rubro	0 a 3	III	3	30
	4 a 6	IIII	5	50
	7 a más	II	2	20
	Total	10	10	100
Número de trabajadores	1 a 5	IIIIIIII	10	100
	6 a 10	0	0	0
	11 a más	0	0	0
	Total	10	10	100
Personas que trabajan en la Mype son	Familiares	III	3	30
	Personas no familiares	IIIIII	7	70
	Total	10	10	100
Objetivo de Creación	Generar ganancia	IIIIIIII	10	100
	subsistencia	0	0	0
	Total	10	10	100

¿Conoce el término Gestión de la Calidad?	Si	IIIIIIII	9	90
	No	I	1	10
	Total	10	10	100
¿Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?	Benchmarking	0	0	0
	red-corporativas	0	0	0
	Empowerment	0	0	0
	Las 5 s	I	1	10
	Outsourcing	0	0	0
	otros	IIIIIIII	9	90
	Total	10	10	100
¿Dificultades para la implementación de gestión de calidad?	Poca iniciativa	IIII	5	50
	Aprendizaje lento	0	0	0
	No se adapta a los cambios	II	2	20
	Desconocimiento del Puesto	0	0	0
	Otros	III	3	30
	Total	10	10	100
¿Técnicas para medir el rendimiento del personal?	La Observación	IIII	5	50
	La evaluación	IIII	5	50
	Escala de puntuaciones	0	0	0
	Evaluación de 360°	0	0	0
	Otros	0	0	0
	Total	10	10	10
¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	Si	IIIIIIII	9	90
	No	I	1	10
	Total	10	10	100
¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?	Si	IIIIIIII	9	90
	No	I	1	10
	Total	10	10	100
¿Conoce el término atención al Cliente?	Si	IIIIIIII	10	100
	No	0	0	0
	Total	10	10	100
¿Aplica la gestión de calidad en el	Si	IIIIII	8	80

servicio que brinda a sus clientes?	No	II	2	20
	Total	10	10	10
¿La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?	Si	IIIIIIII	10	100
	No	0	0	0
	Total	10	10	100
¿La atención que brinda a los clientes es?	Buena	IIIIIIII	10	100
	Regular	0	0	0
	Malo	0	0	0
	Total	10	10	10
¿Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente?	No tiene suficiente personal	0	0	0
	Mala organización de los trabajadores	0	0	0
	Si brindan una buena atención al cliente	IIIIIIII	10	100
	Total	10	10	100
¿Cree Ud. Que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?	Si	IIIIIIII	9	90
	No	I	1	10
	Total	10	10	100
¿Cree Ud. Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?	Si	IIIIIIII	10	100
	No	0	0	0
	Total	10	10	100

ANEXO 6: FIGURAS

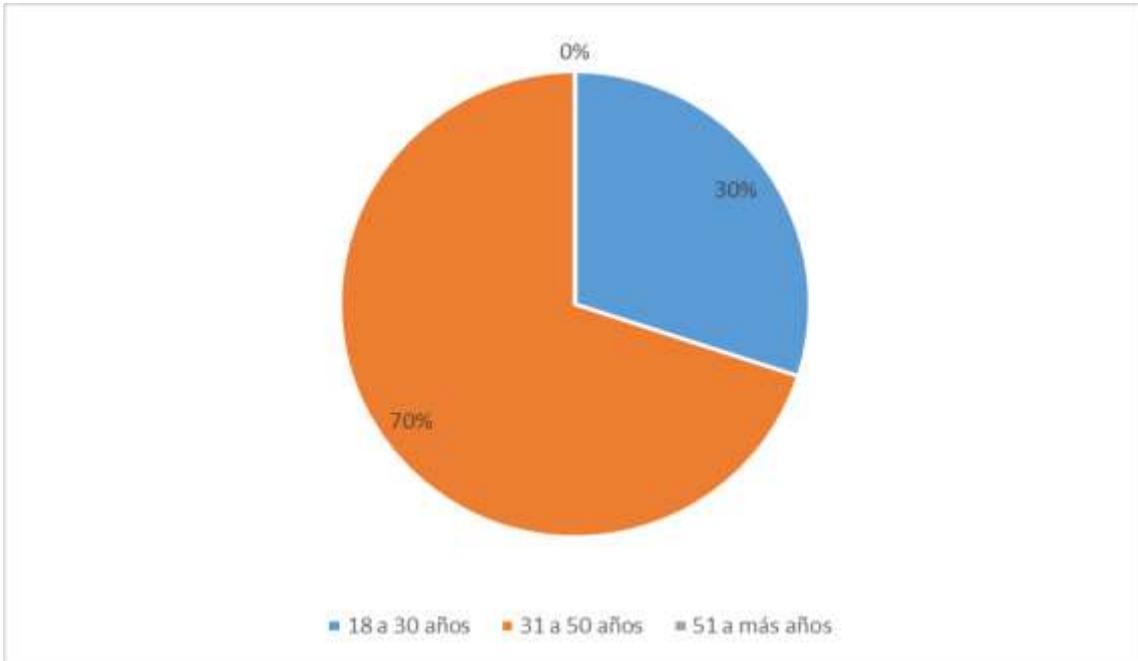


Figura 1: Edad
Fuente: Tabla 1

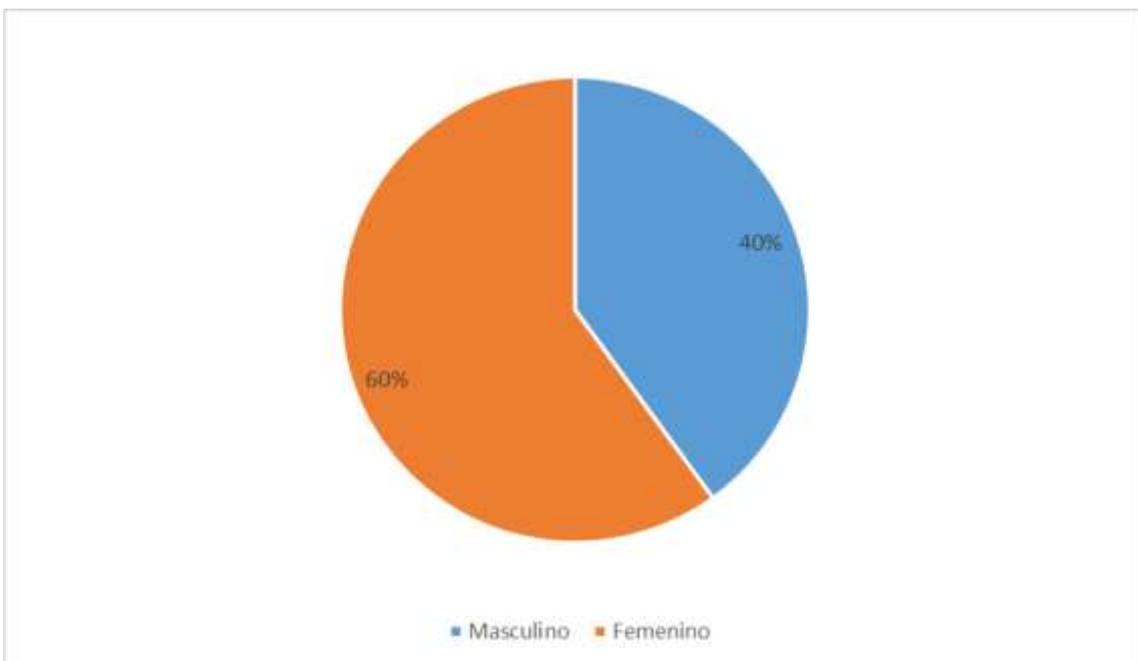


Figura 2: Género
Fuente: Tabla 1

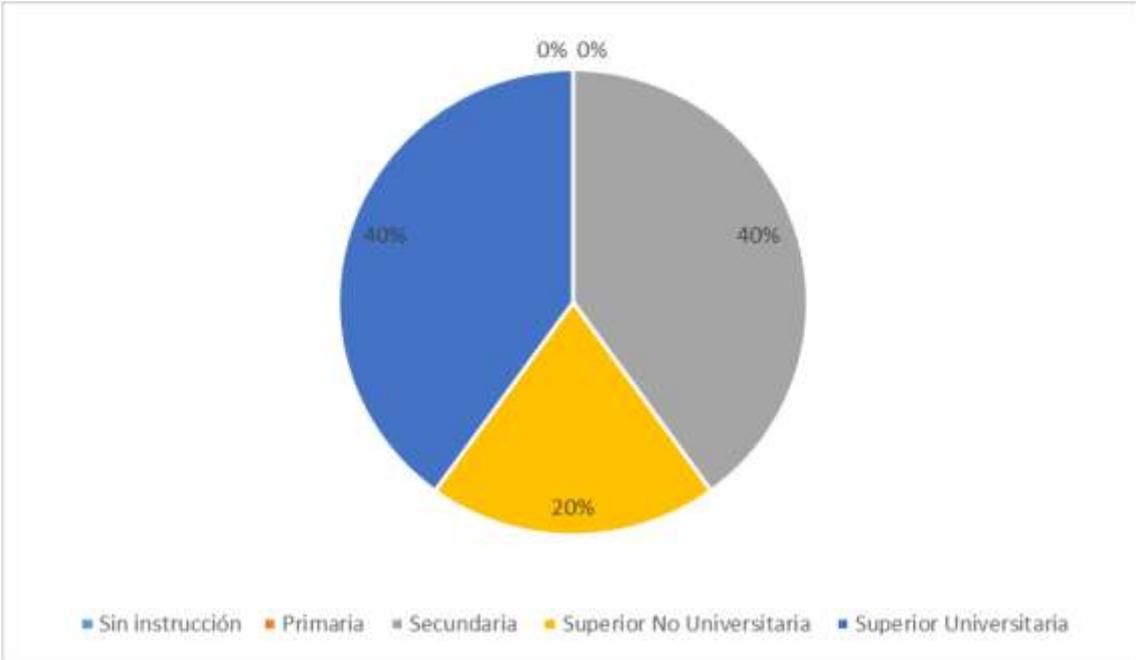


Figura 3: Grado de instrucción
Fuente: Tabla 1

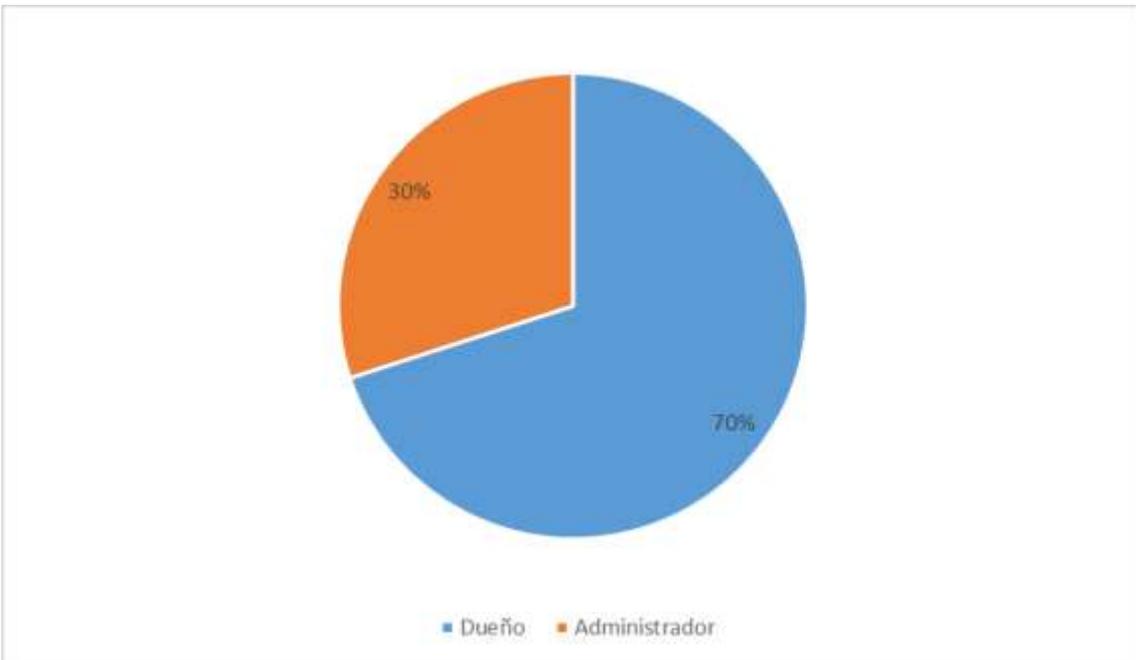


Figura 4: Cargo que desempeña
Fuente: Tabla 1

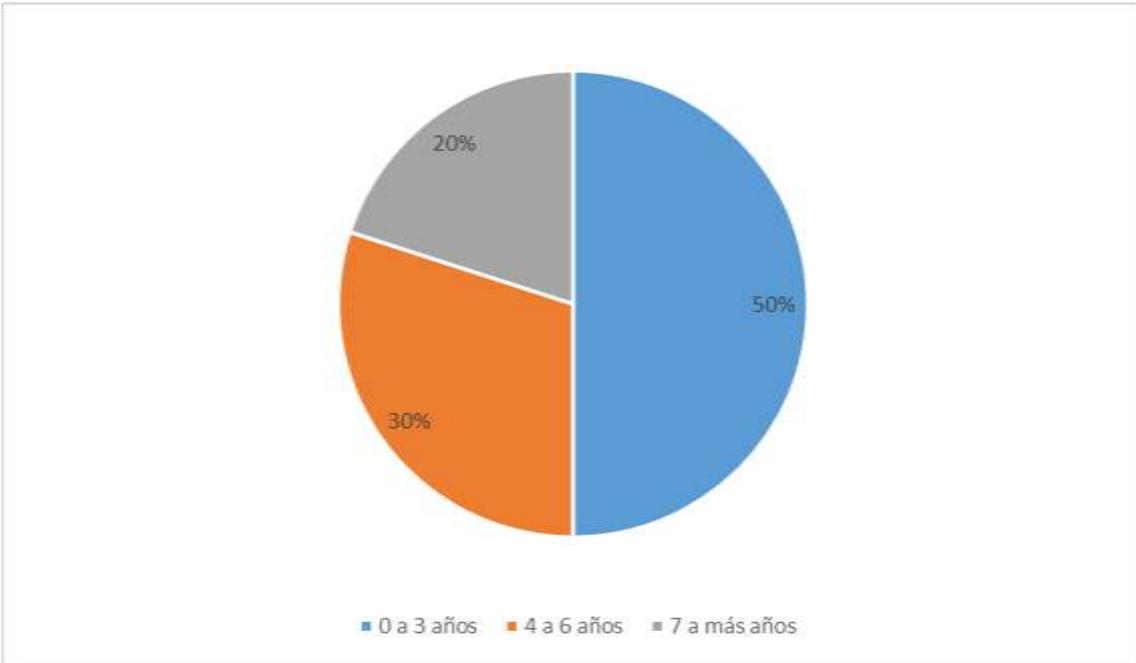


Figura 5: Tiempo en el cargo
Fuente: Tabla 1

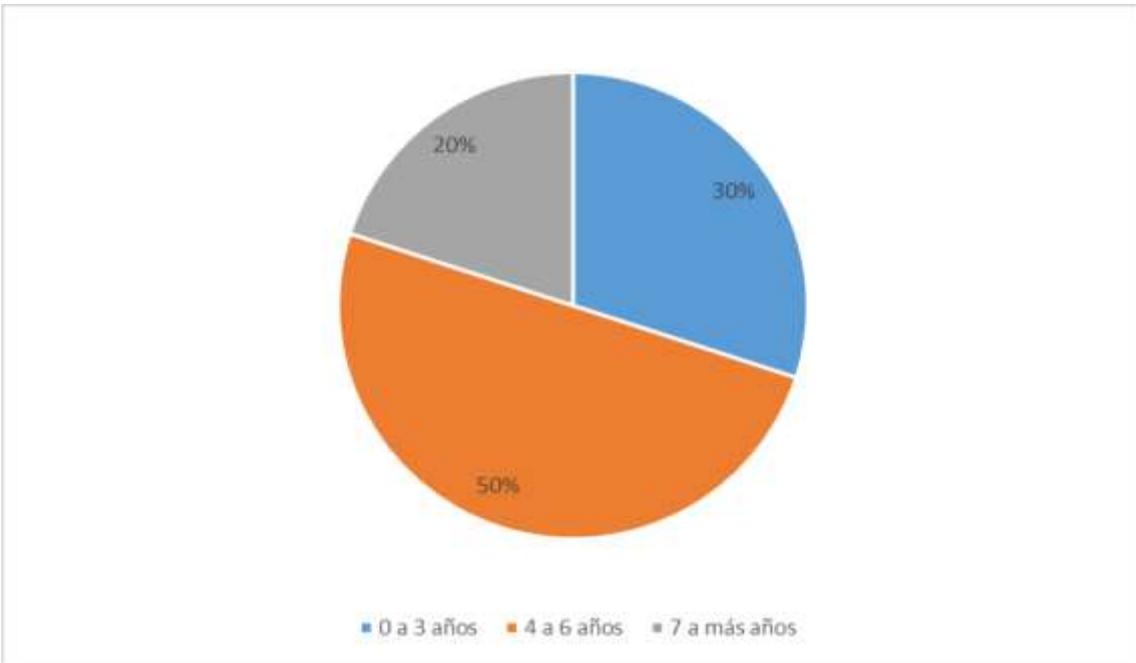


Figura 6: Tiempo de permanencia en el rubro
Fuente: Tabla 2

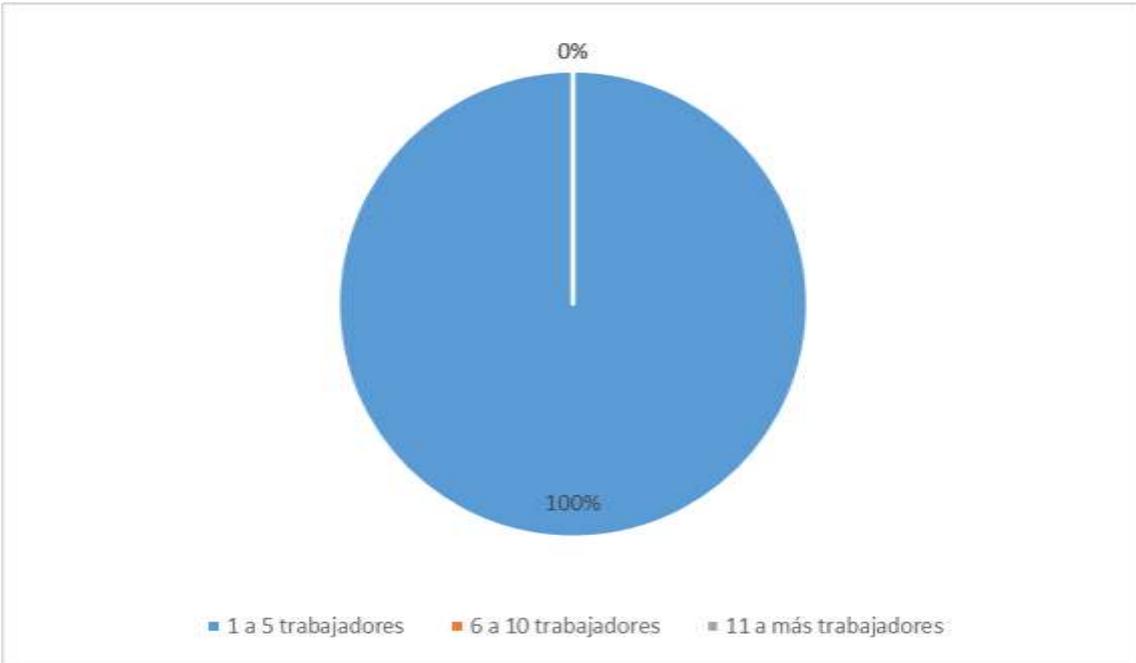


Figura 7: Número de trabajadores
Fuente: Tabla 2

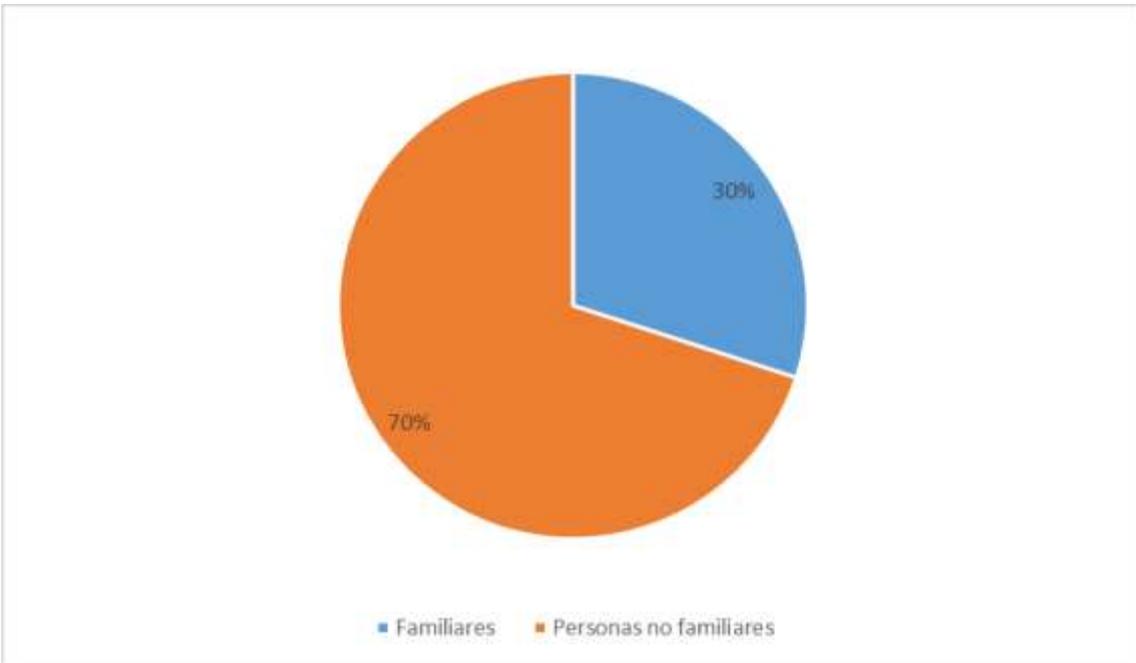


Figura 8: Personas que trabajan en su empresa
Fuente: Tabla 2

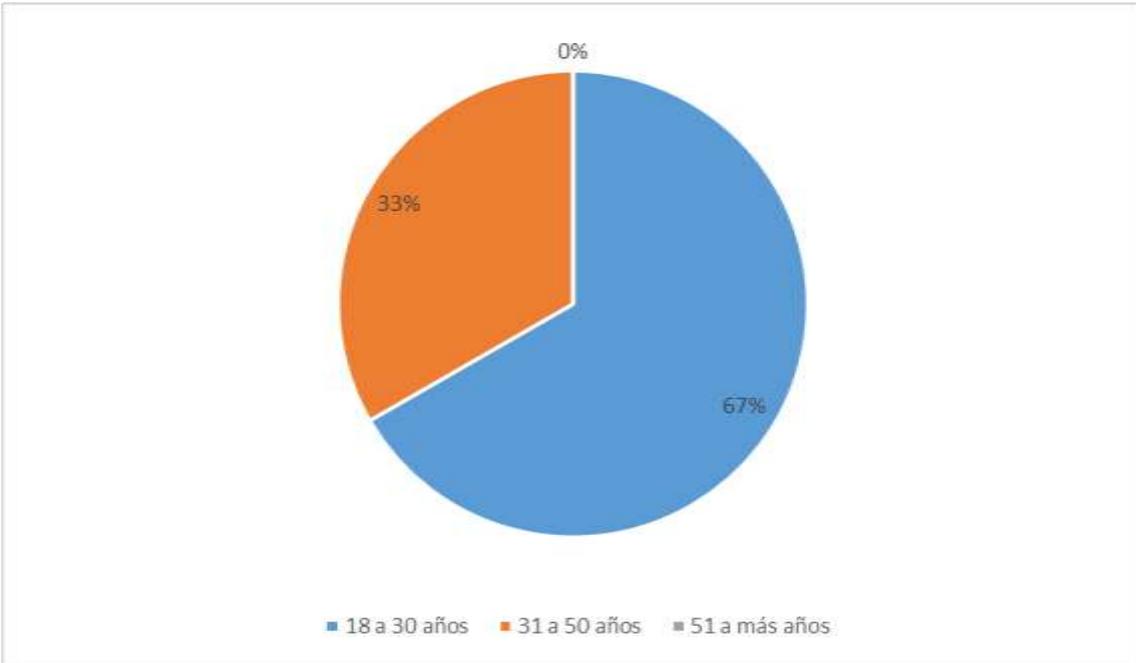


Figura 9: Objetivo de creación
Fuente: Tabla 2

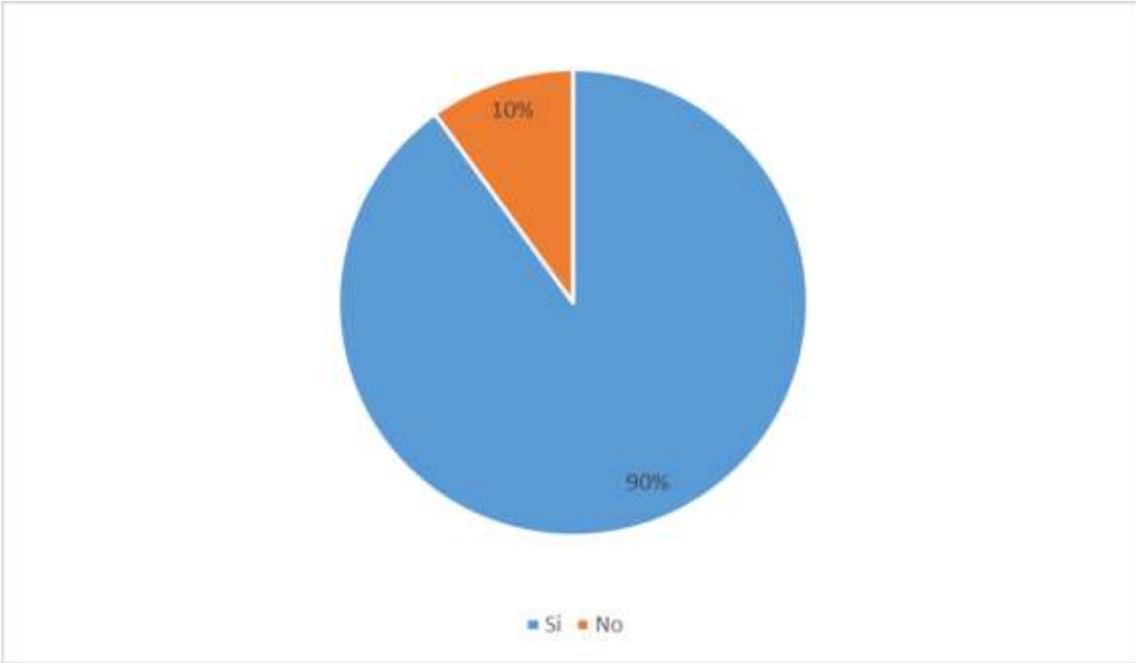


Figura 10: Conoce el término Gestión de Calidad
Fuente: Tabla 3

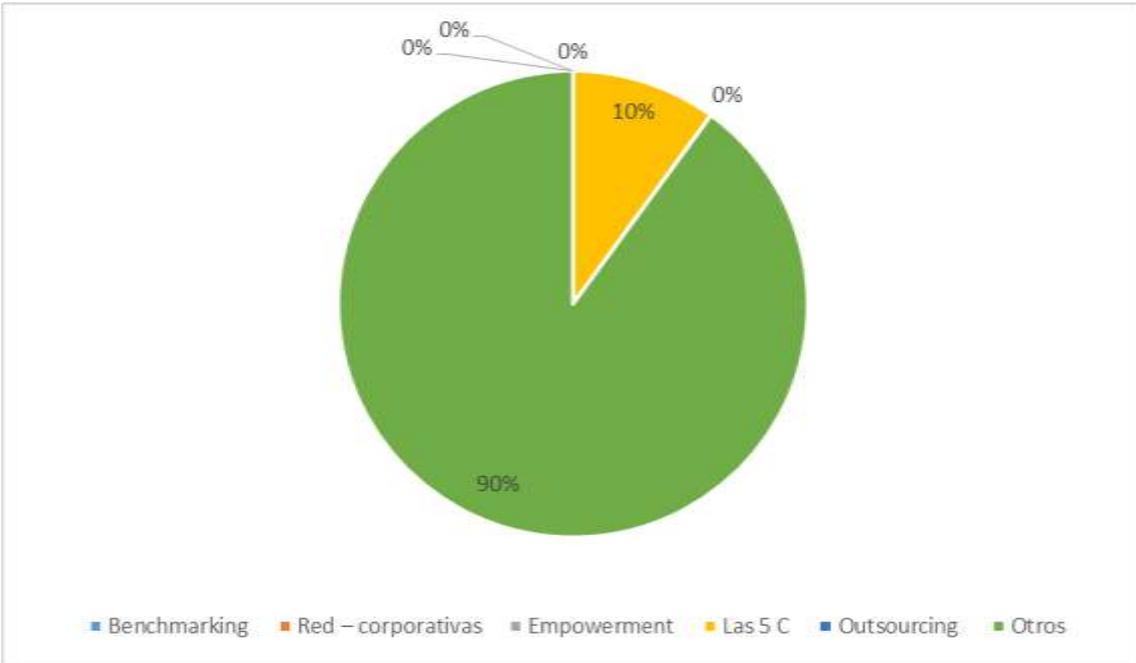


Figura 11: Técnicas modernas de la Gestión de Calidad conoce
Fuente: Tabla 3

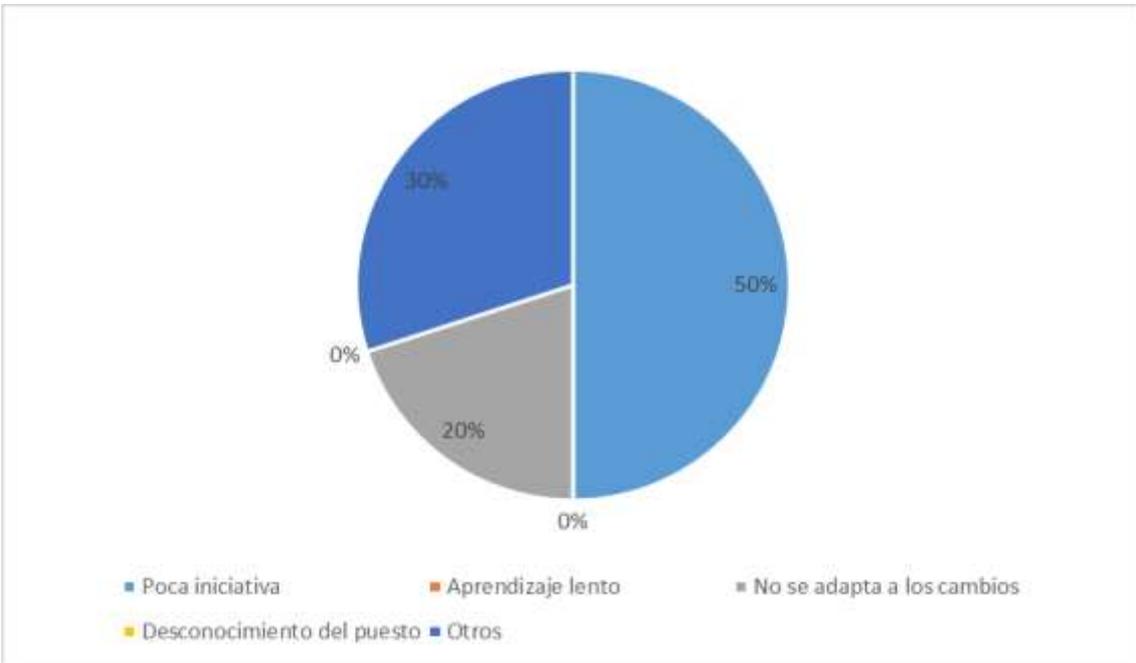


Figura 12: Dificultades para su implementación
Fuente: Tabla 3

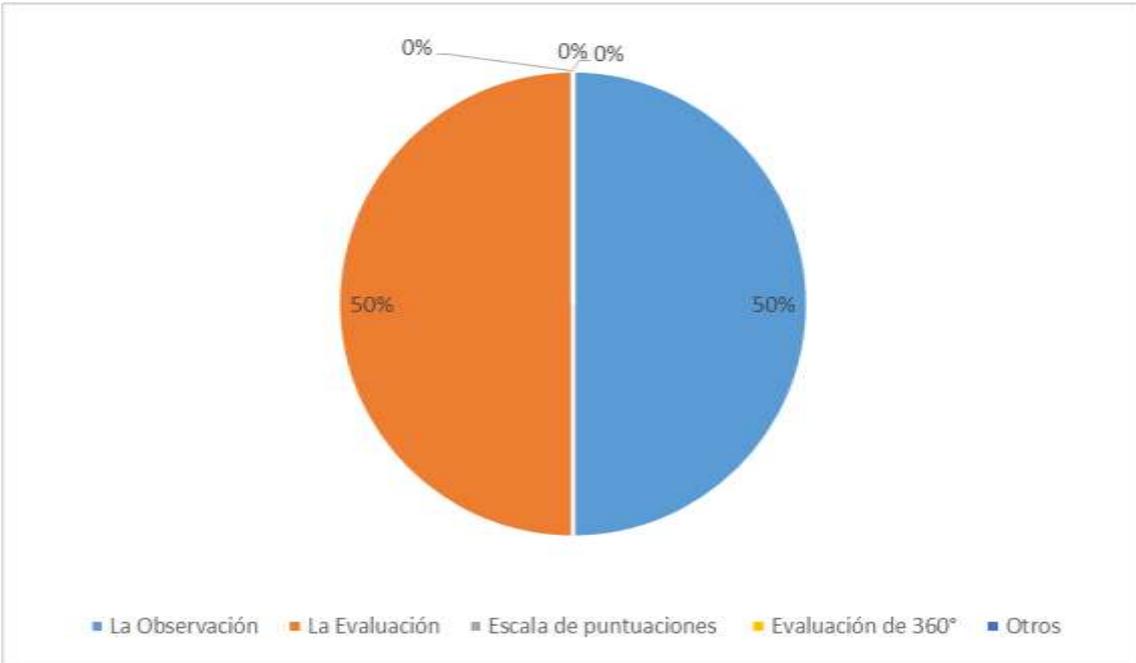


Figura 13: Medición del rendimiento
Fuente: Tabla 3

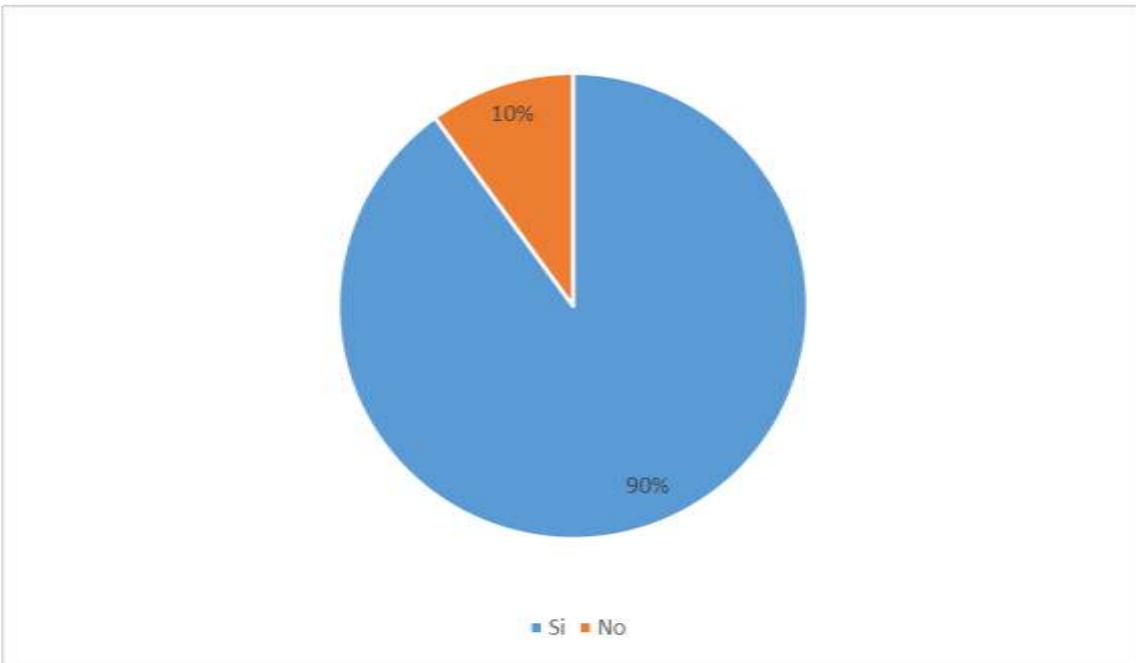


Figura 14: Gestión de Calidad mejora el rendimiento del negocio
Fuente: Tabla 3

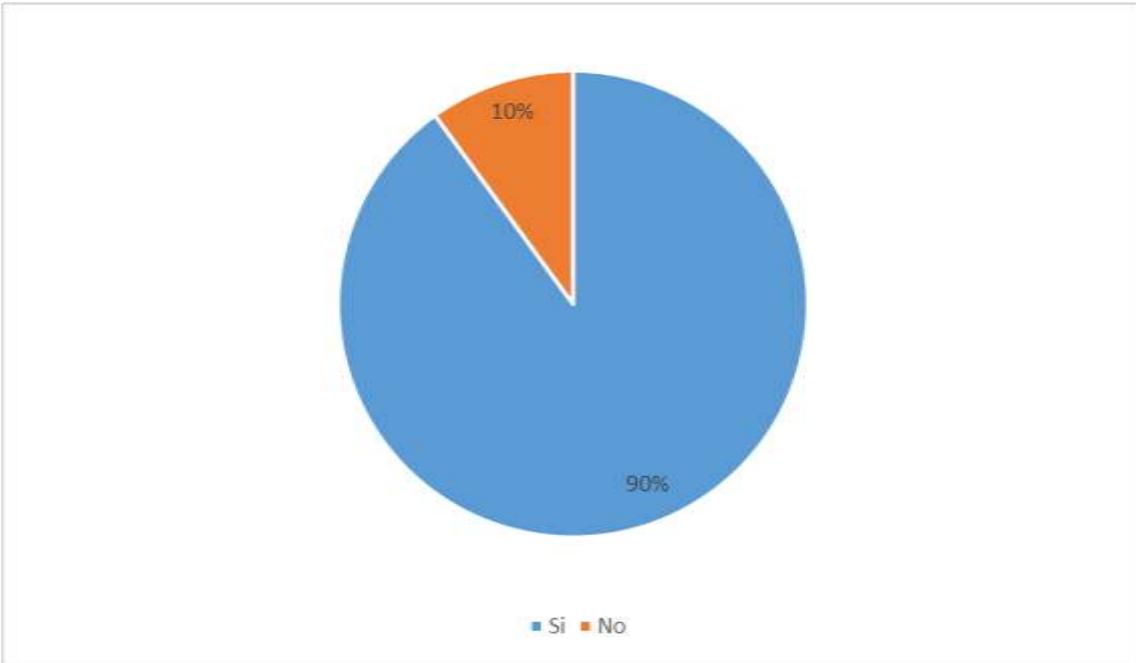


Figura 15: Ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización
Fuente: Tabla 3

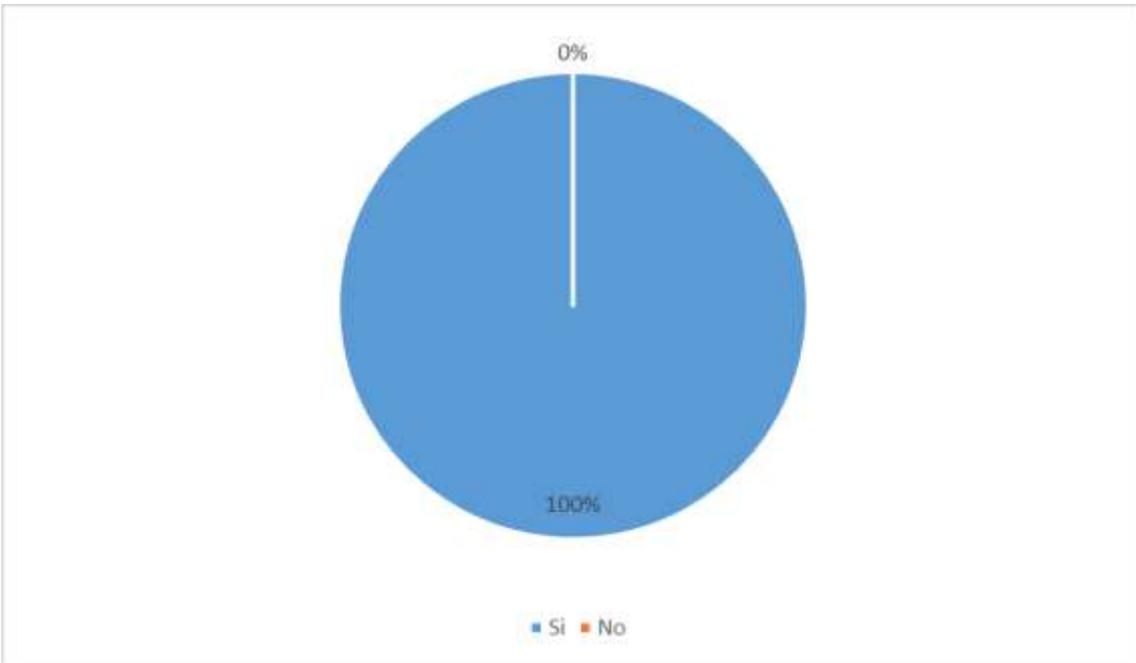


Figura 16: Conoce el termino Atención al cliente
Fuente: Tabla 4

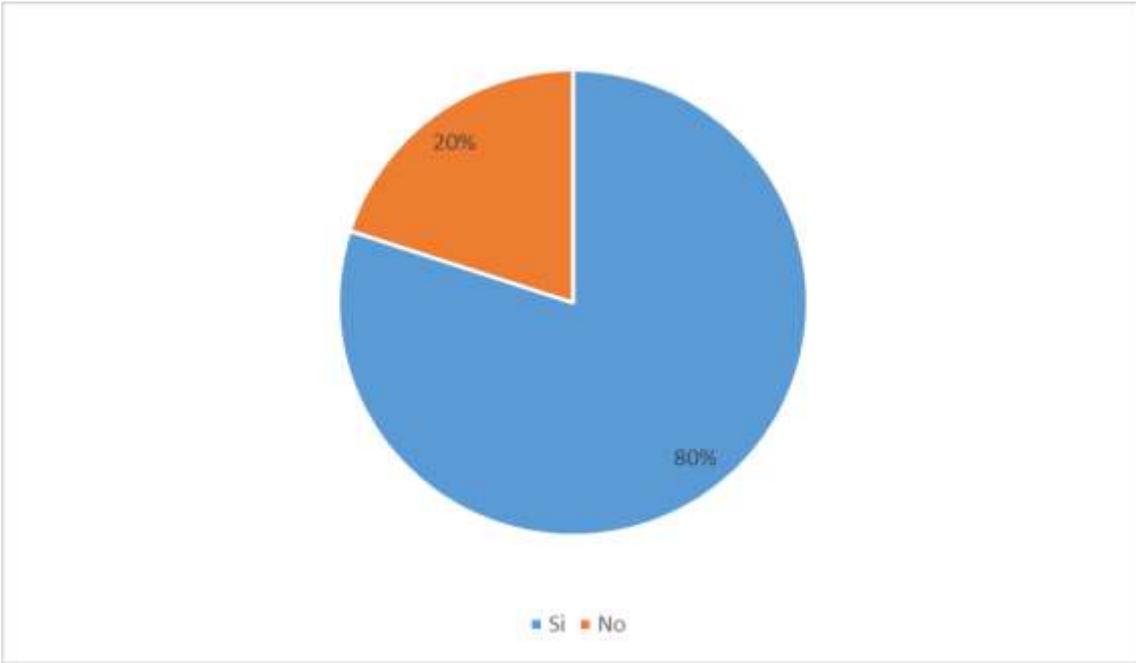


Figura 17: ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?
Fuente: Tabla 4

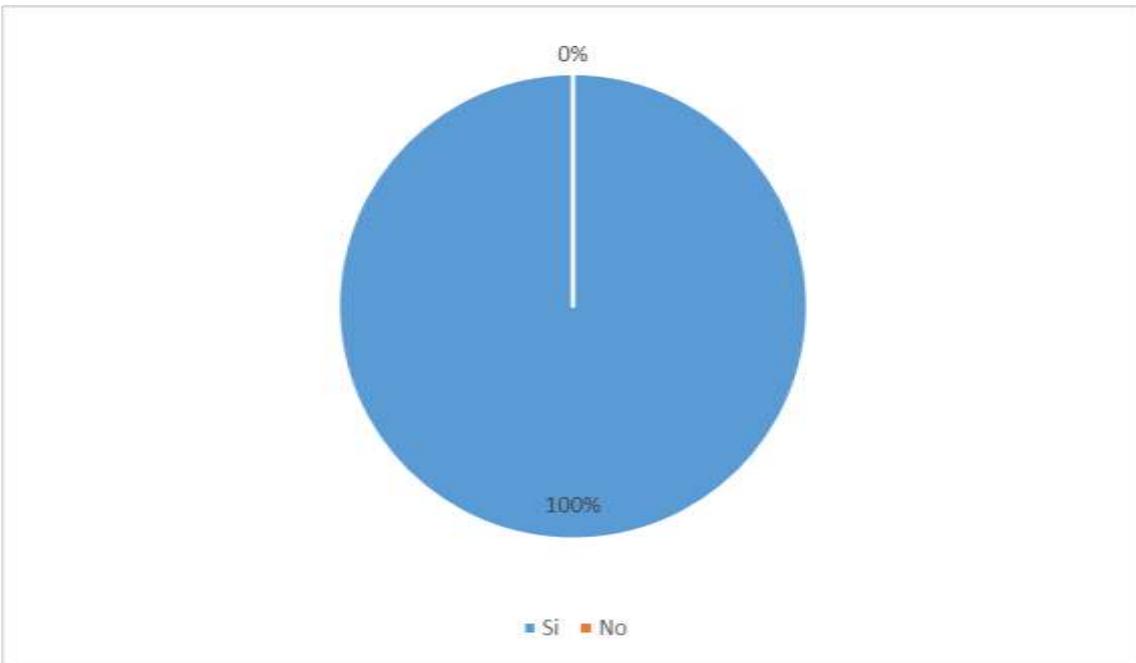


Figura 18: ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?
Fuente: Tabla 4

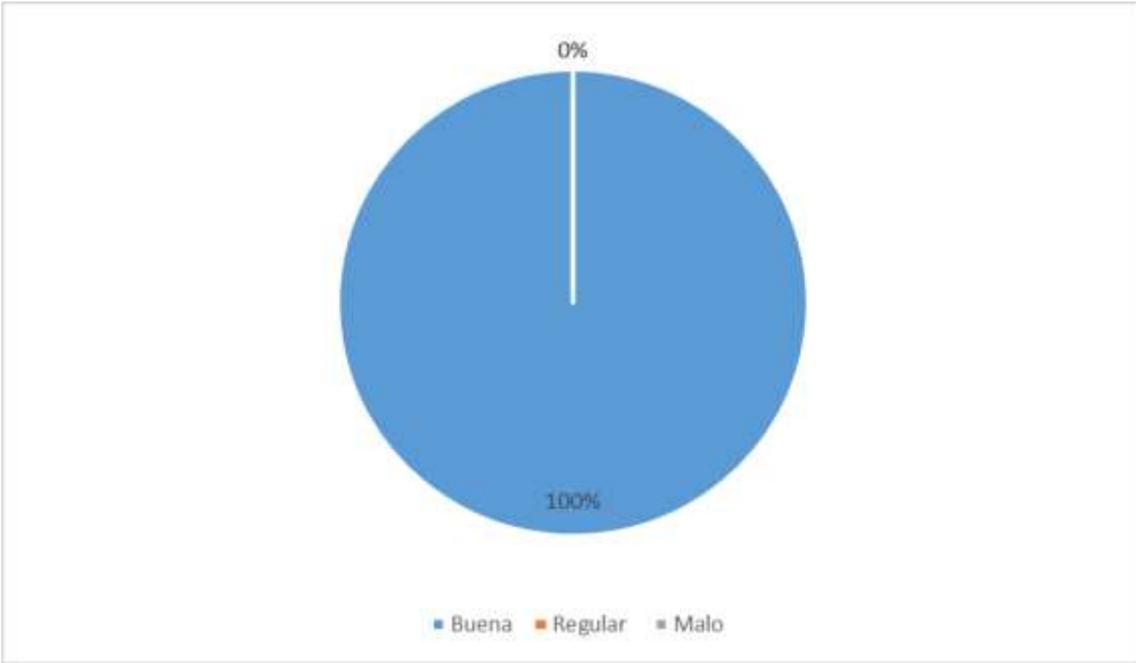


Figura 19: La atención que brinda a los clientes es:
Fuente: Tabla 4

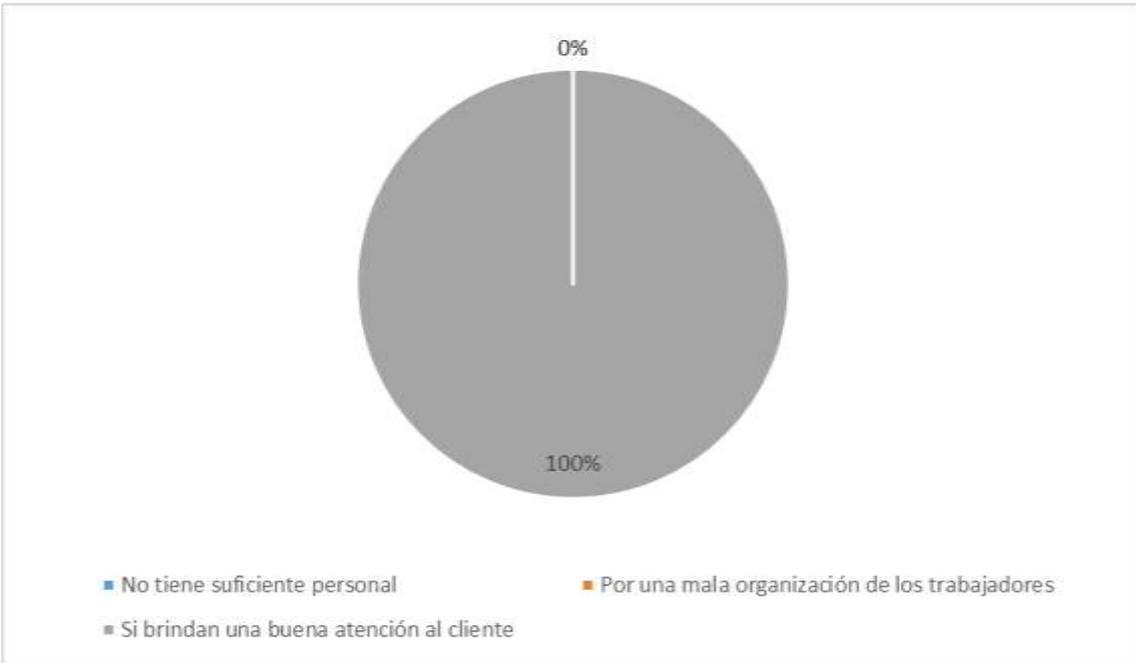


Figura 20: ¿Por qué considera usted que se está dando una mala atención al cliente?
Fuente: Tabla 4

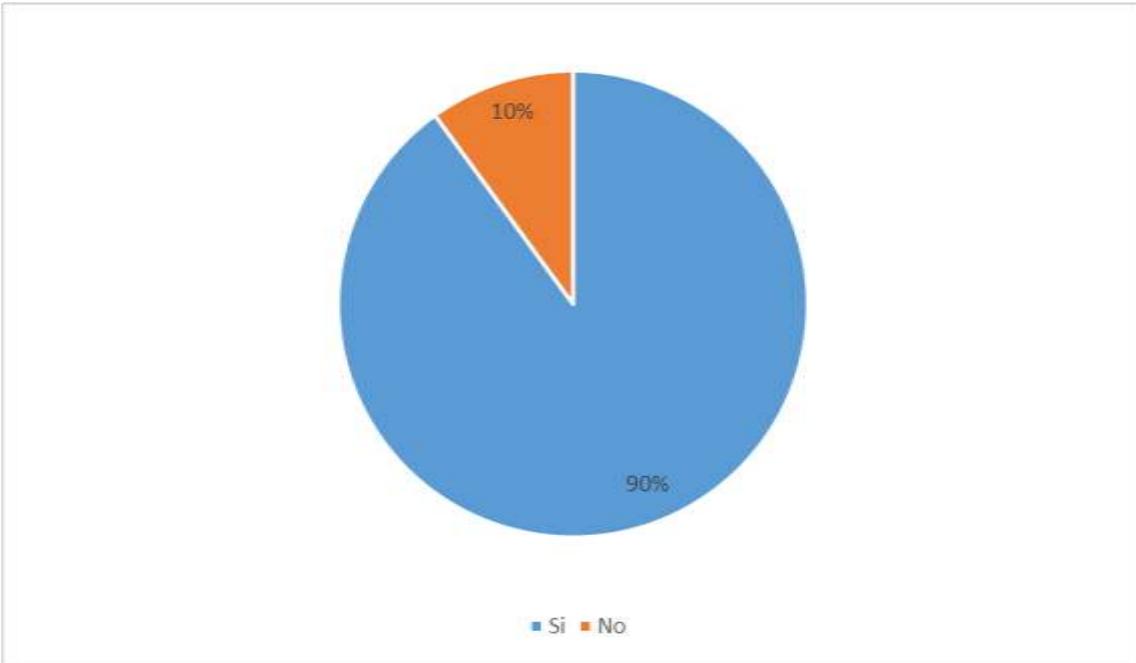


Figura 21: ¿Cree Ud. que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?

Fuente: Tabla 4

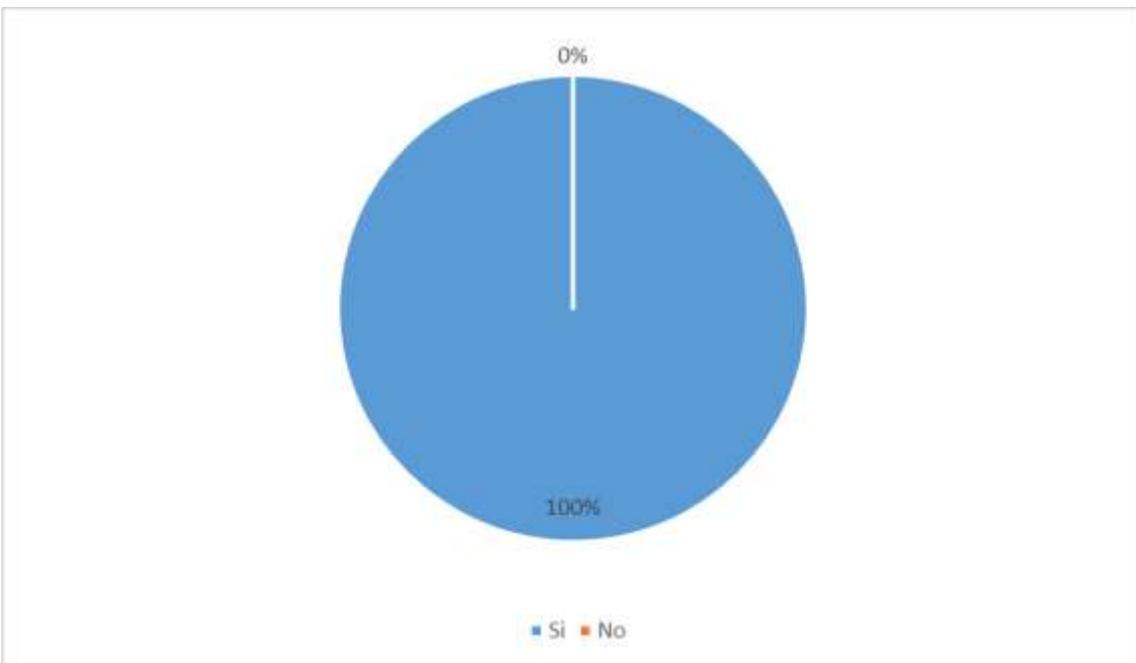


Figura 22: ¿Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?

Fuente: Tabla 4