



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA ATENCIÓN AL  
CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL  
SECTOR COMERCIO, RUBRO BOTICA, EN LA CADENA DE  
CHAVÍN FARMA, DE LA CIUDAD DE HUARMEY, 2018

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

**AUTORA**

Br. GUADALUPE DEL ROSARIO DOMINGUEZ MANRIQUE

**ASESOR**

Dr. REINERIO ZACARÍAS CENTURIÓN MEDINA

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **JURADO EVALUADOR**

Dr. José Germán Salinas Gamboa  
Presidente

Mgr. Miguel Ángel Limo Vásquez  
Miembro

Mgr. Yuly Yolanda Morillo Campos  
Miembro

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por haberme guiado por el camino indicado que es la felicidad.

A mis Padres que han dado el esfuerzo, para poder culminando esta etapa de mi vida con éxito.

Al Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina quien con todos sus conocimientos y dedicación, realizó las sugerencias y recomendaciones acertadas que permitieron el desarrollo y conclusión exitosa del presente trabajo.

## DEDICATORIA

A Dios por darme esta oportunidad de seguir esta carrera profesional lo cual hoy en día me identifica y por agradecerle por iluminarme y darme la fuerza necesaria a lo largo de esta etapa universitaria.

A mis padres, Estela Manrique y Fidel Domínguez por brindarme todo el apoyo necesario y su amor inmenso, en la cual me motivo durante este tiempo de logro, sobre todo me dieron la suficiente confianza para poder llegar a cumplir mis metas y objetivos trazados en mi vida profesional.

A mi abuelo, Pedro Manrique Rama, por iluminarme mi camino desde el cielo, por darme la fuerza y valentía suficiente para poder llegar a hacer una persona profesional.

## RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se tuvo como objetivo Determinar las características de la Gestión de Calidad con el uso de la Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarney, 2018. El diseño de investigación fue no experimental – transversal – descriptivo. Tuvo una población de 6 establecimientos, en la cual se determinó la muestra dirigida a 2 establecimientos, así mismo se aplicó un cuestionario de 16 preguntas. Obteniendo como resultado: el 62.50% de los representantes de las micro y pequeña empresa tienen entre 31 a 50 años, el 100% de los representante tiene el grado de instrucción superior no universitario, el 75% de las mype se creó con el objetivo de mantener la estabilidad, el 100% de los representantes de las mype si conocen acerca de la Gestión de Calidad, el 100% aplican algunas técnicas para mejorar la Gestión de calidad, el 100% de los representantes de las mype si conocen acerca de la Atención al cliente, el 50% que el trato de que se les brinda al cliente es bueno, el 62,5% están capacitado para brindar un buen servicio al cliente. Concluyendo que: los encargados de los establecimientos de acuerdo a su edad ya tienen el conocimiento, la experiencia y la capacidad de poder mantener aun su negocio ya que tienen 7 años en el cargo que desempeña, así mismo, este negocio mantiene una trayectoria y buen posicionamiento en el mercado competitivo, así mismo, los representante mencionan de que si se aplica técnicas para mejorar la gestión de calidad, también conocer la atención al cliente, además la atención que se le brinda a los clientes es bueno, y que capacitan a sus colaboradores para que brinde un buen servicio al cliente.

**Palabras clave:** Atención al Cliente, Gestión de Calidad, Micro y Pequeña Empresa.

## ABSTRACT

In the present research work, the objective was to determine the characteristics of Quality Management with the use of Customer Service in the Micro and Small companies of the commerce sector, pharmaceutical industry, in the chain of Chavin Farma, of the City of Huarmey, 2018. The research design was non-experimental - transversal - descriptive. It had a population of 6 establishments, in which the sample aimed at 2 establishments was determined, and a questionnaire of 16 questions was applied. Obtaining as a result: 62.50% of the representatives of the micro and small companies are between 31 to 50 years old, 100% of the representatives have a higher non-university degree of education, 75% of the mype was created with the objective of maintain stability, 100% of the representatives of the mype if they know about Quality Management, 100% apply some techniques to improve Quality Management, 100% of the representatives of the mype if they know about the Attention to the client, 50% that the treatment of the client is good, 62.5% are trained to provide good customer service. Concluding that: the managers of the establishments according to their age already have the knowledge, the experience and the capacity to be able to maintain even their business since they have 7 years in the position that they carry out, likewise, this business maintains a trajectory and good Positioning in the competitive market, likewise, the representatives mention that if you apply techniques to improve quality management, also know customer service, in addition the attention given to customers is good, and that they train their collaborators to provide good customer service.

**Keywords:** Customer Service, Quality Management, Micro and Small Business.

## CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS.....	i
JURADO EVALUADOR.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1. Antecedentes.....	5
2.2. Bases teóricas.....	9
2.3. Marco conceptual.....	19
III. HIPÓTESIS.....	24
IV. METODOLOGÍA.....	25
4.1. Diseño de la investigación.....	25
4.2. El universo y muestra.....	25
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	26
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
4.5. Plan de análisis.....	28
4.6. Matriz de consistencia.....	29
4.7. Principios éticos.....	31
V. RESULTADOS.....	32
5.1. Resultados.....	32
5.2. Análisis de resultados.....	36
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
6.1. Conclusiones.....	42
6.2. Recomendaciones.....	44
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	45
Anexos.....	48

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarmey, 2018.....	32
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarmey, 2018.....	33
Tabla 3. Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarmey, 2018.....	34



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de los representantes.....	58
Figura 2. Género de los representantes.....	58
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes.....	59
Figura 4. Cargo que desempeña los representantes.....	59
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	60
Figura 6. Cuantos trabajadores laboran en las micro y pequeña empresa.....	60
Figura 7. Las micro y pequeña empresa se creó con el objetivo.....	61
Figura 8. Tiempo de la unidad económica en su rubro.....	61
Figura 9. Conoce Ud. Acerca de la Gestión de Calidad.....	62
Figura 10. Se ha aplicado algunas técnicas dentro de su micro y pequeña empresa para mejorar la Gestión de Calidad.....	62
Figura 11. Técnicas que aplica para poder medir el rendimiento de su los colaboradores.....	63
Figura 12. La Gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas planteada por la micro y pequeña empresa.....	63
Figura 13. Conoce Ud. acerca de la Atención al Cliente.....	64
Figura 14. Como cree que es el trato que se les brinda a los clientes.....	64
Figura 15. Al brindad una buena atención y orientación al cliente permite el posicionamiento de las micro y pequeña empresa antes los otros mercados competitivos.....	65
Figura 16. Las micro y pequeña empresa brinda alguna capacitación para que los colaboradores brinden un buen servicio al cliente.....	65

## **I. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad las micros y pequeñas empresas que no conocen la determinación adecuado sobre la atención al cliente, la mayoría de empresas solo se basan en sus incrementos de ventas y competitividad con otros negocios, sin importar de mantener a sus clientes con un servicio adecuada ya que ellos son los que mantiene la fidelización e imagen de una empresa.

El servicio al cliente es un conjunto de actividades en la cual ofrece una empresa para poder interrelacionarse con sus clientes con el fin de poder saber si obtendrán sus productos en el momento adecuado y sobre todo mantener la satisfacción del cliente.

En la ciudad de Huarney, encontramos micro y pequeñas empresas que cuentan con colaboradores sin experiencia en el ámbito de atención cliente ya sea el motivo por falta de conocimiento y/o capacitación, como también no cuenta con un personal en marketing para que pueda mejorar la calidad de atención en la botica.

Esta investigación fue de suma importancia, ya que se tuvo como finalidad el mejoramiento del atención al clientes en la Botica Chavín Farma de la Ciudad de Huarney, es decir brindar una buena atención al cliente para que de esa manera se sienten satisfecho sus clientes actuales con la atención brindada por parte del colaborador

Así mismo, esta investigación se consideró importante, porque se presentó aportes que ayudo al propietario para que mejore la calidad de atención a los clientes y seguir manteniendo la fidelización como también tuvo como elección para el uso de gestión de calidad.

Esto fue útil para los propietarios de la botica ya que se logró a conocer cuál era la deficiencia que tuvo en el momento que brindaban la atención al cliente, a la vez este estudio dio a conocer diversas alternativas para poder mejorar el problema de las micro y pequeña empresa, por ello es de suma importancia contar con un personal que sea capaz de brindar una atención al cliente adecuada ya que ellos son los indicadores claves para una empresa.

En la actualidad, encontramos clientes y/o consumidores que eligen una Botica con el fin de poder encontrar una gran variedad de productos, precios, marcas, sobre todo el horario del servicio al cliente, como también se fijan en sus promociones y un buen servicio al cliente.

Si es bien cierto de que los clientes suelen recurrir constantemente a las boticas, por estos motivos: por estar delicado de salud ya sea por variedad enfermedades, malestares y entre otras situaciones que se encuentre cada uno de los factores claves que llegaría hacer los clientes y/o consumidores.

Las micros y pequeñas empresas farmacéuticas de hoy en día, cuentan con colaboradores que su preocupación solo en despachar y/o vender los mejores medicamentos que tienen para ofrecer sin importar de quien es el indicador clave que es el cliente, que por ellos se puede incrementar las ventas y ellos necesitan un buen trato de servicio, como también un buen asesoramiento al momento de brindar los medicamentos ya que de esa manera ellos se llevan la impresión de que se le está prestando una atención adecuada de acuerdo a sus expectativas, así mantendrán la fidelización sobre aquella botica y/o farmacia, esto a su vez es un aporte para poder incrementar de una manera adecuada sus ventas.

Este problema no tan solo es a nivel nacional si no también se ve la problemática a nivel internacional, según Jimeno (2016) se llevó a cabo el estudio de atención al cliente entre los 32 malls de Chile, en la cuales se acercaron a varias tiendas que estuvieron interesadas sobre la investigación en la cual se detectó que los usuarios manifestaron de que la experiencia en la atención al cliente es insatisfactorio. En el ámbito nacional, según Ochoa (2018) una empresa de consultores manifestó que los restaurantes están brindando una mala experiencia en atención al cliente, en la cual esto puede alejar a los clientes como también se refleja que las ventas son menores.

Por ello, vamos a estudiar el mismo problema en el lugar de estudio que es a la botica de Chavín Farma de la Ciudad de Huarney, porque se encuentran clientes que se aún se sienten insatisfacción por la calidad de atención brindada por parte de los colaboradores, por eso es necesario evaluar cuáles son los factores que se tienen que mejorar ya sea su experiencia en la dispensación, esto genera de que la empresa tenga menos incrementos de ventas a diario en la cual esto afectaría en el quiebre y hasta cerrar su negocio.

Por todo lo expresado se llegó a plantear el enunciado del problema de investigación: ¿Cuáles son las principales característica de la Gestión de Calidad con el uso del Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarney, 2018?.

Para poder dar una solución al problema de la investigación, se desarrolló el siguiente objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad con el uso de la Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarney, 2018.

Así mismo para poder lograr el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos.

- Describir la principales características de los representante de las Micros y Pequeñas empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarney, 2018
- Describir las características de las Micros y Pequeñas empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarney.
- Describir la Gestión de Calidad en atención al cliente en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarney.

Esta investigación se justifica por haber obtenido conocimientos teóricos sobre la gestión de calidad con el uso del atención al clientes, en la cual esto se aplican en las micros y pequeñas empresas para el mejoramiento de crecimiento y desarrollo de su negocio, esto va a portar tanto para el conocimiento de cada empresario, como también a futuros empresarios que deberían de conocer antes de emprender un negocio, ya que sin este conocimiento no podrían alcanzar el éxito.

Así mismo, esta investigación ayudó para que el propietario junto a sus colaboradores puedan conocer las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del Atención al cliente para que puedan aplicar de una manera adecuada, sobre todo para que los cliente se sienta confiable y mantenga su postura de fidelización, y sobre todo incrementará sus ventas de una manera oportuna, competitiva y sobre todo con éxito en el mercado local.

Teniendo este conocimiento se podrá tomar decisiones adecuada dentro de su empresa. Es por ello que esta investigación apoyó como aporte para los empresarios ya que mejorara la calidad de servicio hacia sus clientes.

Por ello, se tuvo en cuenta las fuentes estadísticas, ya que nos ayudó a conocer como se encontró el servicio al cliente, en el momento de la dispensación, en la cual ya se tuvo un diagnóstico sobre el proceso de mejoramiento.

Esta investigación ayudará como fuente un modelo y/o antecedentes de investigación para los futuros estudiantes de administración de nuestra universidad, para que realicen una información más profunda y detalla acerca de la Gestión de Calidad con el uso del Servicio de Atención al Cliente en las Boticas.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### a. Antecedentes internacionales

En este presente estudio se incluye a los antecedentes internacionales, es decir, que se estos estudios es elaborado en cualquier ciudad de algún u otro país del mundo, esto no pertenecerá a Perú, y es considera porque está vinculado con la muestra de análisis y variables de este presente estudio.

Villalba (2016) en su tesis: *Análisis de Calidad del Servicio y Atención al Cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y Sugerencias de Mejora*. Esta investigación tuvo como objetivo; Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. La metodología del estudio fue: tipo descriptiva, con el objetivo de evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente de tres restaurantes: Azuca Beach, Azuca Latin Bistro y Q restaurant, ubicados en la Plaza Foch sitio turístico y de entretenimiento de la ciudad de Quito. Se obtuvo como resultado: una propuesta de mejora tanto para el servicio como para el clima laboral, mismo que permita alcanzar el éxito en el desempeño de las operaciones de los restaurantes. Se concluyó que: en cuanto al uso del sistema de medición de calidad empleado, se pudo constatar que este se ajusta y es congruente con los resultados que se requería obtener, sin embargo, es necesario adicionar otras escalas de medición, como por ejemplo la medición del tiempo entre el cual el cliente acude al establecimiento y el tiempo de recibo de su orden solicitada, que repercute en la percepción del servicio otorgado.

López (2014) en su tesis: *Evaluación del Servicio al Cliente en las Empresas Farmacéuticas de Coatepeque*. La presente investigación tuvo como objetivo: Evaluar la forma en que se brinda actualmente el servicio al cliente en las Empresas Farmacéuticas de Coatepeque, la metodología del estudio fue: descriptiva. Se obtuvo como resultado: demostraron la importancia que tiene brindar un buen servicio, como también se detectó la necesidad que tienen los propietarios sometidos al estudio y se refiere a la falta de un método para

evaluar el servicio prestado y la capacitación a colaboradores sobre atención y servicio al cliente, debido a que el servicio que brindan actualmente está motivado en base a incentivos económicos, pero no existe un plan de capacitación dirigido al personal para proporcionar servicios eficientes y adquirir nuevas técnicas de atención. Se concluyó que: el propietario cuente con métodos para evaluar el servicio prestado y que posea un manual de servicio al cliente, el que vendrá a fortalecer aspectos tales como: conocer al cliente, ofrecer servicios de calidad, la comunicación y manejo de quejas, técnicas de selección y capacitación de personal para atención al público, el trabajo en equipo, la mejora en los procesos.

#### **b. Antecedentes nacionales**

En esta investigación se va a comprender los antecedentes a nivel nacional, de todos los proyectos de aquellos autores que elaboraron para sus respectivas investigaciones en cualquier parte del Perú.

Briones (2017) en su tesis: *Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial Boticas del Distrito San Juan Bautista - Iquitos, Año 2017*. La presente investigación tuvo como objetivo: Determinar si las mypes del sector comercial boticas del distrito de San Juan Bautista, se gestionan con un enfoque de atención al cliente. La metodología del estudio fue: tipo no experimental, descriptivo, correlacional. Se aplicó un cuestionario estructurado de 22 preguntas a través de una encuesta. Se obtuvo como resultado: Respecto al emprendedor: están en el rango de 29 a 39 años (50,0%) y 40 a 49 años (40,0%); destaca el género femenino (60,0%); instrucción superior (60,0%). Respecto a la empresa: 90,0% de las mypes están formalizadas; 80,0% constituidos como persona jurídica y ven como principal interés de la formalización el “acceso a crédito bancario” (70,0%). Respecto a la gestión y atención al cliente: 60,0% tiene definido un plan de negocio; 90,0% no definieron misión, visión y valores; el 40,0% indica que la capacitación no es prioridad; solo el 30,0% tiene un protocolo de atención al cliente y no consideran la aplicación de las sugerencias de los clientes (80,0%). Sin embargo, los entrevistados suponen que una gestión con enfoque al cliente contribuye a: “clientes satisfechos” (60,0%), “posicionamiento” (20,0%) y

“nuevos servicios” (20%). Finalmente, los emprendedores del sector comercial boticas consideran que los clientes valoran el servicio y genera fidelización (80.0%). Así mismo, indicaron que las prioridades de su negocio son: la rentabilidad 60,0%, stock 30,0% y mejorar experiencia de servicio del cliente 10.0%. Se concluyó que: La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente es un proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de recursos organizacionales para alcanzar determinados objetivos de manera eficiente y eficaz.

Espinal (2017) en su tesis: *Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Marketing, En Las Mypes Del Sector Comercial Boticas, Distrito de Satipo, Año 2017*. La presente investigación tuvo como objetivo: Determinar si las mypes del sector comercial Boticas del distrito de Satipo, se gestionan con un enfoque de marketing y proponer planes de mejora. La metodología del estudio fue: tipo descriptivo – correlacional - no experimental. Se obtuvo como resultado: mediante la técnica de encuesta a los propietarios de las boticas, obteniendo como resultados: De los propietarios: se caracterizan por estar en los rangos de edad “joven” de 18 a 28 años (36.4%) y “joven-adulto” de 29 a 39 años (36.4%). Destaca en su mayoría los propietarios de sexo femenino (63,6%); con formación técnica y universitaria (45.5%), respectivamente. Respecto a formalización: el 81,8% se encuentra formalizado; 27,3% está constituido como persona jurídica. En Gestión de Calidad: el 45,5% desconoce los alcances de la gestión de calidad; 81,8% no ha definido su misión, visión y valores. Los propietarios no se han capacitado en marketing (72.7%); no aplicaron el análisis situacional FODA (63.6%). En Marketing: no tienen Plan de Marketing (54.5%); 9.1 % no lo considera necesario. Sin embargo 72.7% a delimitado su mercado objetivo; 90.9% busca posicionarse en el mercado. Se concluyó que: las mypes del sector Boticas, del distrito de Satipo aplican un marketing en base a sus percepciones y no técnico. Se apoyan en el marketing que realizan sus proveedores según los productos que ofrecen.



### **c. Antecedentes regionales**

En esta investigación se incluirá, a los antecedentes regionales en la cual se tomara en cuenta a todos los trabajo de investigación que fue realizada por otros autores, dentro de la región de Ancash.

Gutiérrez (2015) en su tesis titulada: *La Capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Farmacias de Urbanización El Trapecio, Distrito de Chimbote, 2015*. La presente investigación tuvo como: Determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio- rubro farmacias de la urbanización el Trapecio distrito de Chimbote, 2015. La metodología de estudio fue: fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño No experimental/ transversal. Se obtuvo como resultado: Referente al representante legal de la MYPE: El 75% de los representantes de las MYPES, tienen la edad de 51 a más años. El 75% son de sexo femenino. El 100% tienen grado de estudios superior universitario. Referente a la micro y pequeñas empresas. El 100% de las MYPES está en el mercado de manera formal, El 75% tiene presencia en el mercado de 5 a más años, El 100% de las MYPES tiene de 01- 05 trabajadores, pero uno de manera permanente. El 100% tienen como objetivo de alcanzar la rentabilidad. Referente a la capacitación: El 100% de las MYPES consideran necesaria la capacitación empresarial .El 75% no recibió alguna capacitación en el año 2015, El 75% de los encuestados indicaron que nunca recibieron capacitación. El 100 % de los micro empresarios consideran que la capacitación es una inversión. El 100% de los empresarios de las MYPES consideran que la capacitación del personal mejora la productividad de su empresa, El 75% de las MYPES indicaron que no recibieron capacitación, en temas importantes como el Marketing, Atención al cliente, Competitividad u Otros. Se concluyó que: los representantes de las MYPES tienen conocimiento de la importancia de la capacitación en las MYPE, la consideran una inversión no un gasto, pero no lo incluyen dentro de sus prioridades para su crecimiento y desarrollo sostenido.

Rodríguez (2016) en su tesis: *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo las Normas ISO 9001:2008, en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador (Boticas) del Distrito de Huaraz, 2015*. La presente investigación tuvo como objetivo: Describir las principales características de la Gestión de la Calidad bajo las Normas ISO 9001:2008 del Sector Comercio – Rubro Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador del Distrito de Huaraz,2015. La metodología del estudio fue: cualitativo y descriptivo – No experimental y transaccional. Se obtuvo como resultado: una población conformada por veinte gerentes propietarios del Rubro Ventas de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador (Boticas), a los cuales se les aplicó el cuestionario, para conocer las características de la Gestión de la Calidad bajo las Normas ISO 9001:2008. El resultado determinó que no se enfoca las acciones preventivas y correctivas de la mejora continua, y la falta de confianza por parte de los colaboradores; así mismo, no se priorizan trabajar con parámetros estandarizados y documentados en sus actividades. Se concluyó que: La Gestión de Calidad es muy importante en el ámbito de la aplicación de procesos estandarizados para las empresas de gran envergadura, pero en cuanto a las MYPES se presenta como deficiente porque consideran las empresas pequeñas que no necesitan contar con políticas de gestión bien documentadas.

## **2.2.Bases teóricas**

### **La Micro y Pequeña Empresa (MYPE)**

Ley 28015 (2003). Las Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es una unidad económica, en la cual está constituida por: Una persona natural o jurídica, esto tiene como objeto que es desarrollar las actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

*Las micro y pequeñas empresas es aquello que van a generar negocios a través de su productos o servicios, como también ofrecerá nueva oportunidades de trabajo en diferentes sectores para elaborar un producto de acuerdo a las necesidades o deseos del cliente.*

## **Características de las MYPE**

Según Ley 28015 (2003) las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

- Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Los montos de las ventas anuales para una pequeña empresa, es determinado por un decreto supremo en la cual es representado a través del Ministerio de Economía y Finanzas, esto se da cada 2 años ya que esto no es menor a la variación del PBI nominal. Así mismo, las entidades ya se públicas o privadas, deberán de promover tanto la uniformidad de los criterios de mediación, ya que se tiene como fin poder construir una base de datos homogénea, esto va a permitir una coherencia y aplicación en las políticas públicas de promoción y formalización en el sector.

*Las características de una Mype es de gran aporte ya que determina la clasificación de una micro y pequeña empresa, así mismo, lo que va a portar como derecho la Unidad Impositiva Tributaria (UIT).*

## **Gestión de Calidad**

La gestión de calidad, tienen finalidad ofrecer tanto los productos y servicios en la cual se va a satisfacer tanto las expectativas del cliente/usuario. A su vez esto se tiene que mantener con un índice de satisfacción al cliente, para que de esa manera incremente las ventas y rentabilidades, para que luego se disminuya los costos de la empresa. Lloréns y Fuentes (2005)

Se define gestión de calidad, como un conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, ya que esto va a proporcionar como un aporte de ayuda para la confianza adecuada hacia un producto o servicio, en la cual esto va a poder satisfacer tanto los requisitos sobre la calidad. Para un sistema de gestión de calidad, se debe de verificar que este documentado ya sea con un manual de calidad o con procedimientos a través de las auditorías. (ISO 9001)

Se denomina a los conjuntos de caminos, en la cual se consigue la calidad, a su vez es necesario contar e incorporar al proceso de gestión, como también sería el modo de la dirección que planifica el futuro, y se puede implantar los programas ya que esto ayuda a los resultados de la función de calidad. Udaondo (1992)

*La gestión de calidad, se determina como un elemento para que favorezca tanto a la motivación e integración de sus colaboradores. Además es un enfoque que nos permite a mejorar la competitividad de las empresas ya que se ofrecerá productos o servicio a alcance al cliente y de alta calidad.*

### **Principios de la Gestión de Calidad**

Según (ISO 9001) detalla los siguientes principios de la gestión de la calidad:

- Enfoque al cliente: las organizaciones, tienen como un indicador clave a los clientes, ya que ellos depende cada cliente, por ello es necesario, conocer cuáles son sus necesidades ya sea actuales o futuras, por ello es importante alcanzar las expectativas que tienen.
- Liderazgo: toda organización cuenta con un líder, en la cual este tiene una función que le distingue a los demás, como crear un mejor ambiente, y como también este aportará y tendrá alternativas para que pueda cumplir los objetivos trazados y concluya con éxito.
- Implicación de todo el personal: se involucra a todo los personales de cada nivel, con el fin de cada uno de ellos puedan utilizar y aplicar sus habilidades y destreza en beneficio de esta.
- Enfoque de proceso: esto se podrá logra eficientemente cuando los recursos esté relacionado junto a las actividades que se tienen que manejar, ya que por ello es necesario tener en cuenta un proceso adecuado ya que de esa manera se puede controlar los componentes de su organización.
- Enfoque de sistema a la gestión: Identificando, entendiendo y manejando con este sistema se cumple los objetivos dado, con el fin de poder contribuir la efectividad y eficiencia de la organización.

- Mejora continua: Esto apoyará para poder mejorar los procesos operativos por ello la mejora continua debe ser un objetivo permanente de la organización.
- Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones: Las decisiones efectivas se basan en un análisis lógico e intuitivo de datos e información.
- Relación de mutuo beneficio con proveedores: La habilidad de la organización y sus proveedores de crear valor se incrementa por la relación de mutuo beneficio, en él se trata al proveedor como un socio.

*Las empresas deben contar con los principios de Gestión de Calidad al ofrecer un producto de calidad debe segmentar su mercado ya que se tiene que conocer quiénes serán sus consumidores que van a adquirir estos productos, así mismo, la empresa deberá contar con personal que se encargue del liderazgo para que trabajen en equipo, el personal que uno requiere debe dar a conocer habilidades ya que ellos aportarán de todo en sí, para que una empresa pueda llegar a cumplir sus objetivos con éxito.*

### **Sistema de Gestión de Calidad**

El sistema de gestión de calidad, es un referente sobre la excelencia empresarial. Esto ante las exigencias imponen tanto al entorno competitivo, ya que esto se vuelve más dinámico y globalizado. Así mismo, esto tiene como ventaja determinar una implementación de modelos para la gestión de calidad total, ya sea para una excelencia empresarial y sistemas certificados numerosos. Lloréns y Fuentes (2005)

*El SGC (sistema de gestión de calidad) es un aporte para la empresa ya que aporta para organizar actividades para la elaboración de productos o servicios de calidad ya que esto es producido con el fin de que el cliente adquiera un producto. Así mismo, esto se encarga de controlar el procedimiento adecuado de los productos a ofrecer ya que tiene como fin cumplir sus necesidades y expectativas de los clientes.*

## **Calidad**

La calidad, se hace referencia acerca de que es el producto o el servicio y que uso se le pretende dar, es decir nos referimos a calidad a lo que va a desear el cliente. Entonces se puede decir que la calidad va a satisfacer todas las necesidades de los clientes e incluso se va a poder cumplir sus expectativas que tiene puestas sobre el producto y/o servicio. Alcalde (2007)

Se determina calidad como un conjunto de cualidades de un objeto, ya que eso es un juicio de valor subjetivo y a su vez describe cualidades intrínsecas de un elemento, también se le dice que es un atributo a un producto o servicio, de una organización. Nava (2005)

*La calidad es aquel que determina la situación de un producto, en lo cual se encuentre bien posicionado ante el mercado competitivo, a su vez esto será consumidos por los clientes. Por ello es necesario elaborar productos y/o prestar servicio de calidad para que el cliente se sienta satisfecho de esa manera el cliente marca la fidelización y la diferencia antes otras empresas.*

## **Cliente**

Escudero (2015). Determina como cliente a una persona física y jurídica, que realiza compras ya sea de un producto o servicio, por ello siempre se le debe de tener en cuenta a ellos, ya que es la pieza fundamental para la empresa.

Se determina cliente a aquella persona que va a adquirir nuestro servicio y/o productos ya sea un establecimiento, también se dice de que el cliente es la razón de nuestra existencia, ya que es la persona más importante para las empresas, ya que ellos no depende de nosotros, sino más bien nosotros dependemos de ellos porque es un indicador clave en la cual nos ayudará el incremento de venta. El cliente al momento de adquirir un servicio y/o productos nos ayuda tanto en nuestro negocio, por ello es importante cuidarlos porque es una parte de un empresa. Así mismo, por ello nosotros tenemos conocimiento de sus necesidades y deseos, para que de ese manera podamos tanto complacer como satisfacer sus necesidades, por eso es de suma importancia el trato más cordial que se le brindará al cliente. Escudero (2017)

*El cliente es aquella persona que representa al indicador clave de una empresa como también se le puede decir que el cliente es la razón de la existencia de una empresa ya que este adquirirá productos o servicio, así mismo, el cliente ayudará en el incremento de venta de una empresa, una vez consumido el producto o servicio recomendará a futuros clientes ya que su motivo es de que se le cumplió sus expectativas y necesidades.*

### **Clasificación de los clientes:**

Según Escudero (2015) las empresas cumplen la satisfacción al cliente, por ello es necesario tener conocimiento cuales son los diferentes clientes:

- a) Clientes actuales; son aquellos clientes que realizan comprar de una forma periódica, es decir que realizaron una compra reciente. Estos clientes ayudan a las empresas a través de un volumen de compra actual, en otras palabras se determina que ellos son los clientes que van a generar ingresos a la empresa en la actualidad.
- b) Clientes potenciales; son aquellos cliente que no suele realizar compras, sin embargo estos son vizualizados como clientes futuros, ya que tendra necesidades de obtener un producto en cualquier momento. Estos clientes podrar dar lugar a un determinado volumen en las ventas futuras, ya sea en corto, mediano y largo plazo, en otras palabras estos van a generer fuentes de ingresos futuros.

*Toda empresa cuenta con dos tipos de clientes, en la cual los clientes actuales son los que mantendran la fidelizacion y marca la diferencia antes otras empresas competitivas y son ellos que realizan compra continuamente, en cambio los clientes potenciales son aquellos clientes futuros ya que ellos en algun momento adquirira algun producto o un servicio, como tambien estos clientes podráa recomendar a otros clientes siempre cuando se haya cumplido sus expectativas.*

### **El cliente y la calidad**

Si bien es cierto el cliente es un indicador clave, ya que los productos y servicios deberán satisfacer las necesidades de los clientes. Es decir que este indicador clave mantendrá la supervivencia de las organizaciones empresarial, por ello es importante que los fabricantes de servicios, tendrá con objetivo desarrollar los productos y/o servicios, en la cual cumplirá con las expectativas que demandan los clientes. Así mismo, el departamento de Marketing tendrá que conocer cuáles son las necesidades de cada uno de los clientes. Obteniendo toda esa información se tendrán que diseñar los procesos de producción, como también las máquinas y herramientas que se utilizaran para el procedimiento de la ejecución. Alcalde (2007)

*El cliente es aquel que elige un producto de calidad por eso las empresas deben de segmentar sus necesidades y deseos, como también la área de marketing obteniendo información sobre sus necesidades del cliente, tendrá que actuar de inmediato como ofreciendo un gama de promoción respecto a la calidad de productos que tiene para ofrecer ya que de esa manera se va a mantener la estabilidad del negocio.*

### **Atención al cliente**

La atención al cliente se determinar a un conjunto de actividades, en donde un trabajador tiene contacto con el cliente ya que de esa manera el cliente obtiene el producto en un momento y un lugar adecuado, también se va a poder satisfacer tanto sus necesidades y/o expectativas, y a su vez se brindan una comodidad de precio y la reputación de la empresa. Escudero (2015)

La atención al cliente, nos dice que es un conjunto de prestaciones que se le brinda tanto a los clientes, como también va a esperar la imagen, el precio y la reputación que va a tener el producto o el servicio que va a recibir el cliente. Por ello se clasifica el marketing ya como una herramienta importante, porque se les va a establecer a todo los empleados para que pongan en práctica, como responsabilidad y cultura para que de esa manera estén comprometidos con los clientes, ya que esto demostrara tanto la actitud y comportamiento de los



empleados, entonces el marketing va a ayudar tanto en la ejecución de los procesos de la calidad en el servicio al cliente. Pérez (2010)

*La atención al cliente se encarga de que la empresa pueda interrelacionarse con sus clientes, mediante la comunicación la empresa conocerá cuáles son sus necesidades de esa manera va a poder anticiparse a su satisfacción, así mismo, se le debe brindar la orientación adecuada para que puedan sentirse satisfecho ante sus expectativas.*

### **Principios básicos en la atención al cliente**

Escudero (2015) todas las organizaciones deberán de tener en cuenta estos principios básicos sobre la atención al cliente:

1. El cliente por encima de todo; ellos son el indicador clave para el beneficio de la empresa, así como ellos se benefician con los productos que se les brinda de acuerdo a sus necesidades y/o expectativas.
2. No hay nada imposible cuando se quiere; hay clientes que desean productos y/o servicio que una empresa no cuenta, pero nada es imposible de poder conseguir lo que desean.
3. Cumple todo lo que promete; se le tiene que ofrecer a los clientes los productos y/o servicio que obtiene en el momento, como también demostrar la calidad.
4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente; ellos espera más de lo que ellos imaginan, por ello el cliente siempre se va a sentir satisfecho con lo que recibe, es de suma importancia saber cuáles son sus necesidades y deseos.
5. Para el cliente tú marcas la diferencia; para que el cliente mencione que nosotros como empresa marcamos la diferencia, es porque se le tiene que brindar una atención adecuada, como también poder lograr alcanzar sus expectativas, ya que de esa manera se puede lograr la fidelización de cliente.
6. Fallar en un punto significa fallar en todo; si la mercadería llega accidentada o si en el momento de empaquetar, enviamos un producto por otro todo falla, y de esa manera no se llega a cumplir sus expectativas.
7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos; el cliente es primordial, al perder uno reducirá nuestros ingresos, por ello se tiene que

contar con un personal altamente capacitado para una atención al cliente, ya que se tiene que vender la imagen de la empresa.

8. El cliente hace el juicio sobre la calidad de servicio; el cliente es el que evaluara de qué manera se les está atendiendo, sí en que realidad se le esta brindado la atención adecuada y se le está cumpliendo sus expectativas de necesidades y deseos.
9. Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar; si se llega a cumplir con éxito las propuestas de satisfacción de clientes, entonces se va a tener que proyectar nuevos objetivos.
10. Cuando se trata de satisfacer al cliente; se va a tratar de satisfacer al cliente siempre cuando se le preste la atención adecuada y sobre todo tener en cuenta siempre sus expectativas.

*Estos principios son fundamental para la empresa, esto demuestra que al cliente se le tiene que tener por encima de todo ante cualquier situación ya que ello son los que van a consumir los productos o adquirir algún tipo de servicio, también se debe de tener en cuenta las expectativas del cliente como también deben de tener una alternativa de solución al no encontrar un producto Así mismo, se deberá ofrecer productos de alta calidad y mantener esa misma postura, como también atender de con buena actitud a los clientes ya que si se le atiende mal este podrá generar desorden de orientación y expectativas a los futuros clientes por eso es necesario de que los colaboradores estén bien capacitados. Por ello el marketing aportara mucho a generar ingresos a la empresa como también poder resolver las expectativas y necesidades a un cliente.*

### **Atención al Cliente en Productos y en Servicios**

El cliente no solo valora al producto, como también la utilidad y el precio, ello valora mucho la atención prestada. Las empresas tienen como finalidad definir cada una de las prioridades en base de sus expectativas de los clientes, esto optar por determinar la política y aplicar antes, durante y después de las ventas de cada producto. En cambio los servicios no tan solo es poco o nada de materiales, si bien es cierto el cliente no puede expresar su grado de satisfacción hasta que tiene que

consumir, por ello las dimensiones de calidad en atención al cliente se componen: la prestación buscada por el cliente y la experiencia. Paz (2007)

*Los clientes buscan una mejor alternativa ante un producto o servicio, es decir ellos buscarán el mejor precio, la promoción y servicio de una empresa, ellos mismo verán sus prioridades que tiene ante sus necesidades y deseos, como también buscará la mejor orientación y características de un producto o servicio.*

### **Relación con el cliente a través de distintos canales**

Según Carrasco (2012) las empresas se tienen que interrelacionarse con los clientes ya que esto va a producir cambios de incremento de ventas, los clientes es el encargado de ofrecer su dinero a cambio de recibir un buen servicio y/o productos la cual va a generar una satisfacción. Por ello estos canales se debe de manejar de una manera homogénea ya sea cual quiere medio de contacto con la empresa. Los tres canales principales de relación con los clientes son:

1. Atención presencial: esto es un contacto directo que tiene el personal de atención con el cliente ya que desde que llega entabla una relación. Por eso es importante que estos personales este altamente capacitado ya que los clientes depende de la atención del personal y de esa manera satisfacen sus expectativas.
2. Atención telefónica: es una atención en la cual puede ayudar de una manera más eficiente a sus clientes, ya que se le puede ahorrar el tiempo. En la actualidad esto es una vía de comunicación entre la empresa y sus clientes, teniendo en cuenta esta atención telefónica va a ayudar como oportunidad a la empresa ya que estos ofrecen una imagen eficiente y cercana. Por ello es necesario cumplir con los siguientes requisitos básico:
  - Deben de contar con un interlocutor que atienda las necesidades de los clientes.
  - Tener un personal que cuente con una voz adecuada para que de esa manera muestre la imagen de la empresa.
  - Establecer un horario en la cual se tienen que adaptarse a las características de los clientes.
  - Emplear vocabulario profesional.

- Al momento de entablar la comunicación, no se deberían de sobrepasar los 15 minutos ya que esto es una norma general.
  - Al momento de contestar la llamada, se debe de informar el nombre de la empresa.
3. Atención telemática: esta es una atención de tecnología, en la cual esto brindara los servicios y productos. Por eso las empresas contara con:
- Correo cooperativos.
  - Blogs.
  - Redes sociales.
  - Aplicaciones en los smartpones.

Con estas tecnologías se va a poder utilizar de una manera adecuada y a su vez dará a conocer a todo sus clientes la variedad de producto y servicio, ante otras empresas competitivas.

*Las empresas buscan métodos de canales de atención para poder llegar al cliente para ofrecer sus servicios o productos, a través de la conexión presencial en la cual es un dialogo directo con los clientes ya que ellos tendrán orientación acerca del producto que va a adquirir. Así mismo, el medio telefónico es necesario contar con un personal altamente adecuado para la atención al cliente que tenga una buena orientación para atender al cliente.*

*Hoy en día se usa el canal telemático en lo cual esto es de suma importancia ya que de inmediate el marketing actúan a través de ellos ofreciendo el producto como también gamas de productos, es decir, que estos productos será publicado a través de redes sociales.*

### **2.3. Marco conceptual**

#### **Las micro y pequeñas**

Si bien cierto las micro y pequeñas empresa es una unidad económica en lo cual bien puede estar constituida por una persona jurídica o ya sea natural, por ello contamos con las empresa que realizan sus aportes tributaria en la cual se podrá clasificar en que marco se encuentra.

La cadena Chavín Farma, es una de las boticas que desde muchos años prestan sus servicios de comercio desde muy temprano en sus boticas de la ciudad de Huarmey, como también en sus otros establecimientos.

Chavín Farma ofrece la venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en comercios especializados, ofrece sus productos de calidad, y medicamentos registrado en laboratorios legales.

Así mismo esta cadena de botica cuenta con seis establecimientos a nivel regional en la cual está estructurado de la siguiente manera:

- Establecimientos en Huarmey, ahí cuenta con dos boticas.
- Establecimientos en Casma, ahí cuenta con tres boticas
- Establecimiento en Yaután, ahí cuenta con una sola botica.

### **Sector comercio**

El sector de comercio se define como la compra y venta de un bien o servicio local ya sea para consumirla o uso, sobre todo el sector comercio nos dará a conocer la situación economía, es decir que toda empresa conocerá y se dedicara netamente a las venta, en este caso será la venta por menor de un producto ya que se consumirá medicamentos de acuerdo a la situación que se encuentre el cliente ya sea enfermedad, alergias y entre otras para su uso personal.

Entonces teniendo en cuenta sobre el sector comercio nos ayudara tanto para la venta por menor de medicamentos, como también a traer a nuestros clientes para consumir nuestros productos y sobre todo sea satisfecho ante sus expectativas.

### **Farmacia**

La farmacia es un servicio sanitario en la cual va a contar con un farmacéutico que prestará su servicio profesionalmente de una manera eficaz y eficiente, ya que el químico farmacéutico ayudará a verificar que todo los medicamentos estén adecuadamente registrada en un laboratorio legal, como también estará pendiente

en la dispensación de los productos, como también estará a cargo sobre preparación de medicamentos.

Por ello se menciona que al tener una farmacia se tiene que contar como dueño un químico farmacéutico ya que aportara todo sus conocimiento para una mejor adquisición de medicamentos, como también llevara un control en los medicamento, y sobre todo que es importante la dispensación ya que tendrá que orientar de una manera adecuada a los clientes.

### **Boticas**

La botica se determina como un establecimiento en la cual un farmacéutico estará pendiente de la dispensación de medicamento, como también estará pendiente en la orientación al cliente, así mismo, este atenderá a través de receta médica en diversos productos que se encuentre en ese momento en el establecimiento donde el farmacéutico supervisará constantemente los medicamentos que aún se pueden consumir.

Así mismo, las boticas podrá tener personales que tengan de conocimiento acerca de os medicamentos y sobre su uso adecuadamente, en la cual servirá como una buena orientación del cliente antes de consumir.

### **Diferencia entre botica y farmacia**

La diferencia entra la botica y farmacia, es de suma importancia para poder saber hacia dónde accedimos y para que, por ello a continuación conoceremos las principales diferencias:

#### **a. Boticas**

- Para poder emprender el negocio de botica no es necesario que el propietario sea un químico farmacéutico, en la cual hoy en día el propietario puede ser un empresario, es decir que ahora la persona empresaria será dueño único y encargado de las funciones de su botica.
- Para la dispensación no será necesario contar con un químico farmacéutico que pueda atender como también orientar al cliente

sobre los medicamento, para la dispensación se podrá contar con personas profesionales en la carrera técnica en enfermería.

#### **b. Farmacias**

- En la farmacia netamente para que uno tenga un establecimiento de farmacia, tiene que ser un químico farmacéutico que sea propietario, entonces este encargara de las funciones administrativas y de medicamentos que tiene la farmacia.
- Para la dispensación tendrá personales especializados y netamente en farmacia para de esa manera poder brindar la dispensación de los productos y atención al cliente, como también dará consejos u orientación adecuada a los clientes respecto a los medicamentos que consumirán.

#### **Gestión de Calidad**

La gestion de calidad es aquel proceso que ayuda a las organizaciones para que pueda realizar productos de calidad, es decir que se encarga en llevar a cabo un método adecuado mejorar sus productos o servicios, por lo tanto la gestión de calidad se encargará a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes.

La gestión de calidad permite establecer objetivos para que las organizaciones mejoren sus productos ya que esto los hará diferente ante los mercados competitivos, así mismo, se encargan de motivar a sus colaboradores para que puedan comprometerse cada uno de ellos, para poder lograr esos objetivos establecidos por parte de la Mype. Por ello, es necesario contar con procesos de calidad para poder realizar la producción ya que de que se tienen que evaluar contantemente los producto que se quiere ofrecer un producto de calidad.

#### **Atención al cliente**

Se determina también como el servicio al cliente, esto es donde la empresa se va a tener que interrelacionar con sus clientes actuales y con los potenciales, esto también a su vez es un conjunto de actividades, en la cual una empresa va a prestar sus servicios o como ofrecer sus productos para que obtenga un cliente.

La atención al cliente también es un canal de comunicación, ya que permite estudiar las expectativas, necesidades y deseos a un cliente, como también permitirá a saber la situación económica o incremento de venta de una empresa. Así mismo, la atención al cliente va a ayudar a solucionar las consultas al cliente en el momento adecuado.

Si bien es cierto el servicio o atención al cliente, es muy importante ya que en el momento y lugar adecuado los clientes obtendrán el producto que desean y las orientaciones precisas, como también se van a sentirse satisfecho esto va a generar que tanto los clientes actuales recomiende a los clientes potenciales ya que se tiene en cuenta que en cualquier momento se podrá captar a nuevos clientes y de esa manera la empresa incrementara sus ventas y lograr con éxitos sus objetivos que se trazó en primera instancia.

Por ello es necesario de que una empresa cuente con personales adecuados o capacitados tanto como para la atención del cliente si no cuenta con este requisitos los clientes no se llevaran una buena impresión de la empresa por más que haya encontrado sus productos en un precio económico, entonces esto va a generar una pérdida de clientes ya que no nos recomendará ante otros.



### **III. HIPÓTESIS**

En esta investigación de características de la Gestión de Calidad con el uso de la Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarmey, 2018, no se planteó hipótesis, por tratarse de ser una investigación de tipo descriptivo.

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Diseño de la investigación

En este trabajo de investigación fue el diseño: No Experimental – Transversal – Descriptivo.

- Fue no experimental; porque no se alteró ni una información o modificación, es decir que se observó las variables de Gestión de Calidad con el uso del Atención al Cliente en el sector comercio, rubro botica en la Cadena Chavín Farma en la Ciudad de Huarmey; tal como se encontró dentro del contexto, ni sufrió ni una alteración.
- Fue transversal; porque el estudio se realizó dentro de un espacio en un tiempo determinado, es decir, donde el estudio se contó con un inicio y un fin.
- Fue descriptivo; ya que se describió las características más relevantes de las variable de la Gestión de Calidad con el uso del Atención al Clientes de las Micros y Pequeñas empresa, sector comercio, rubro boticas en la Cadena Chavín Farma en la Ciudad de Huarmey.

### 4.2. El universo y muestra

- **Universo**

En esta investigación se utilizó como universo los 6 establecimientos de la Cadena de Botica de Chavín Farma, donde se obtuvo dicha información autorizada por los mismos representante de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarmey, 2018. (Ver Anexo 3)

- **Muestra**

Por lo general, cabe mencionar que en esta investigación solo se obtuvo como muestra los 2 establecimientos del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarmey, 2018, ya que está dentro de la zona de investigación. (Ver Anexo 4)

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

Variables	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
La Mype	La Micro y Pequeña Empresa es una unidad económica en lo cual bien puede estar constituida por una persona jurídica o ya sea natural, en la cual esto va a tener como un objetivo generar una comercialización de un productos o servicios	Edad	a. 18 – 30 años b. 31 – 50 años c. 51 a más años	Razón
		Genero	a. Masculino b. Femenino	Nominal
		¿Cuál es su grado de instrucción?	a. Primaria b. Secundaria c. Superior no universitaria d. Superior universitaria	Ordinal
		¿Cuál es el cargo que Desempeña?	a. Propietario b. Administrador c. Otros	Nominal
		¿Qué tiempo tiene desempeñando en el cargo?	a. 0 a 3 años b. 4 a 6 años c. 7 a más años	Razón
		¿Cuántos trabajadores son los que laboran?	a. 1 a 5 trabajadores b. 6 a 10 trabajadores c. 11 a más trabajadores	Razón
		¿La Micro y Pequeña Empresa se creó con el objetivo?	a. Generar ganancia b. Estabilidad	Nominal
		¿Qué tiempo tiene esta unidad económica en su rubro?	a. 0 a 3 años b. 4 a 6 años c. 7 años a mas	Nominal

Gestión de Calidad y Atención al Cliente	La gestión de calidad es el producción de los productos que se le quiere ofrecer con el fin de poder satisfacer las necesidades de los clientes . La atención al clientes es donde la empresa donde va a tener que interrelacionar con el cliente, como también va a poder saber cuáles son las expectativa del producto de calidad que se le ofrecerá.	¿Ud. Tiene el conocimiento acerca de la Gestión de Calidad?	a. Si b. No	Nominal
		¿Se ha aplicado algunas técnicas dentro de su Micro y pequeña empresa, para mejorar la gestión de calidad?	a. Si b. No	Nominal
		¿Qué técnicas aplican para poder medir el rendimiento del personal?	a. La observación b. La evaluación c. Escala de puntuaciones d. Otros	Nominal
		¿Cree que la Gestión de Calidad, puede ayudar a alcanzar los objetivos y metas planteadas por la micro y pequeña empresa?	a. Si b. No	Nominal
		¿Ud. Tiene el conocimiento acerca de la Atención al Cliente?	a. Si b. No	Nominal
		¿Cómo cree que es el trato que se les brinda a los clientes?	a. Malo b. Regular c. Bueno d. Muy bueno	Nominal
		¿Cree que al brindar una buena atención y orientación al cliente permite el posicionamiento de su empresa ante los mercados competitivos?	a. Si b. No c. Tal vez	Nominal
		La Mype brinda alguna capacitación para que sus empleados brinde una buen servicio al cliente	a. Si b. No c. A veces	Nominal

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

Para la recolección de datos se utilizó:

Técnica: la encuesta

Instrumento: el cuestionario

La encuesta, se aplicó a los 2 representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la ciudad de Huarney, 2018. Esta técnica ayudó a obtener toda la información y luego se pudo realizar las figuras correspondientes.

El cuestionario, se utilizó para poder obtener datos de la Micro y Pequeña Empresas del Sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la ciudad de Huarney, 2018, en la cual estuvo conformada por 16 preguntas, esto se aplicó a cada uno de los representantes de la dicha Botica, con el fin de poder obtener mayor información acerca de su empresa.

#### **4.5. Plan de análisis**

Para el plan de análisis que se utilizó para poder llevar a cabo esta investigación de las micro y pequeñas empresa del sector comercio, rubro botica en la cadena de Chavín Farma, de la ciudad de Huarney, 2018, se aplicó un cuestionario a cada uno de los representantes. Al ver obtenido la información de los datos recolectado de la investigación, se utilizó el uso del análisis descriptivo de las variables, en la cual se elaboró tablas y/o figuras estadísticas en el acápite 5.

Para el procedimiento de la recolección de datos se utilizó el programa informático como es el Microsoft Excel, con la finalidad de poder realizar las figuras correspondientes que se visualiza en los anexos.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Metodología		
			Población y muestra	Métodos	Técnicas e instrumento
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad con el uso del Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavin Farma, de la Ciudad de Huarney, 2018?	<p>General</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar las características de la Gestión de Calidad con el uso de la Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavin Farma, de la Ciudad de Huarney, 2018</li> </ul> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Describir la principales características de los representante de las Micros y Pequeñas empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarney, 2018</li> </ul>	<p>Gestión de calidad</p> <p>La gestion de calidad es el proceso en lo cual ayudara a las organizacioes para que pueda realizar productos de calidad, para que puedan satisfacer las necesidades de los clientes como tambien en el ambito competitivo.</p> <p>Atención al cliente</p> <p>La atención al clientes, se esto es donde una empresa va a interrelacionar con sus clientes, en la cual que a través de la comunicación eficiente va a poder satisfacer sus necesidades, por ello</p>	<p>Universo</p> <p>En esta investigación se utilizó como universo los 6 establecimientos de la Cadena de Botica de Chavín Farma, donde se obtuvo dicha información autorizada por los mismos representante de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarney, 2018. (Ver Anexo 3)</p> <p>Muestra</p> <p>Por lo general, cabe mencionar que en esta investigación solo se obtuvo como muestra los 2 establecimientos del sector comercio, rubro botica, en la cadena de</p>	<p>Diseño de la investigación</p> <p>En este trabajo de investigación fue el diseño: No Experimental – Transversal – Descriptivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fue no experimental; porque no se alteró ni una información o modificación, es decir que se observó las variables de Gestión de Calidad con el uso del Atención al Cliente en el sector comercio, rubro botica en la Cadena Chavín Farma en la Ciudad de Huarney; tal como se encontró dentro del contexto, ni sufrió ni una alteración.</li> <li>Fue transversal; porque el estudio se realizó dentro de un</li> </ul>	<p>Técnica: la encuesta</p> <p>Instrumento: el cuestionario</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir las características de las Micros y Pequeñas empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavin Farma, de la Ciudad de Huarney.</li> <li>• Describir la Gestión de Calidad en atención al cliente en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarney.</li> </ul>	<p>toda empresa tiene como indicador clave al cliente, ya que ellos son los que generaran el incremento de venta y ganancia.</p>	<p>Chavín Farma, de la Ciudad de Huarney, 2018, ya que está dentro de la zona de investigación. (Ver Anexo 4)</p>	<p>espacio en un tiempo determinado, es decir, donde el estudio se contó con un inicio y un fin.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fue descriptivo; ya que se describió las características más relevantes de las variable de la Gestión de Calidad con el uso del Atención al Clientes de las Micros y Pequeñas empresa, sector comercio, rubro boticas en la Cadena Chavín Farma en la Ciudad de Huarney.</li> </ul>	
--	---	--	---	---	--

#### **4.7.Principios éticos**

En esta investigación, no se dará a conocer a otras personas, ya que esto sirvió como aporte de ayuda de alternativa para poder mejorar la situación que se encuentre pasando las micro y pequeñas empresas en donde se aplicó el estudio, es decir que la propietaria fue beneficiada y por ello se tendrá los siguiente principios éticos:

- Principio de confidencialidad. estos es unos de los principios que se tiene que mantener en reserva la información que se le brindara a los representantes de esta micro y pequeña empresa.
- Principio de respeto. se demuestra la ética y moral de una persona con verdaderos principios y es aplicado en cualquier ámbito, en este principio demuestra de que se va aceptar tal cual es la persona, es decir, de que con habilidades y capacidades, como también comprender sus ideas se le tiene que aceptar a una persona.
- Principio de justicia. es donde se tiene que actuar con una justicia exacta, en la cual en la botica se tiene que vender el producto adecuado y exacto no alterar su producto, darlo el medicamento que mejorara la salud y necesidad del cliente, a su vez ser equitativos con el trato a los clientes.
- Principio de honestidad. en este principio vamos a encontrar aquella situación en decir la verdad, es decir, que se tiene que decir las cosas bien claras tal como son, esto ayuda a que uno se gane el respeto con la ayuda de las otras persona.



## V. RESULTADOS

### 5.1.RESULTADOS

Tabla 1

*Características de los representantes de las Micro y Pequeña Empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, ciudad de Huarmey, 2018.*

Datos generales	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
<i>¿Cuál es su edad?</i>		
18 – 30 años	0	0.00
31 – 50 años	2	100.00
51 a más años	0	0.00
Total	2	100.00
<i>¿Cuál es su género?</i>		
Masculino	1	50.00
Femenino	1	50.00
Total	2	100.00
<i>¿Cuál es el grado de instrucción?</i>		
Primaria	0	0.00
Secundaria	0	0.00
Superior no universitaria	2	100.00
Superior universitaria	0	0.00
Total	2	100.00
<i>¿Cuál es el cargo que desempeña?</i>		
Propietario	1	50.00
Administrador	1	50.00
Otros	0	0.00
Total	2	100.00
<i>¿Qué tiempo tiene desempeñando en el cargo?</i>		
0 a 3 años	0	0.00
4 a 6 años	0	0.00
7 a más años	2	100.00
Total	2	100.00

Fuente Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeña empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, ciudad de Huarmey, 2018

Tabla 2

*Características de las Micro y Pequeña Empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, ciudad de Huarmey, 2018.*

Datos generales	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
<i>¿Cuántos trabajadores son los que laboran?</i>		
1 a 5 trabajadores	0	0.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	2	100.00
Total	2	100.00
<i>¿La micro y pequeña empresa se creó con el objetivo?</i>		
Generar ganancia	0	0.00
Estabilidad	2	100.00
Total	2	100.00
<i>¿Qué tiempo tiene esta unidad económica en su rubro?</i>		
0 a 3 años	0	0.00
4 a 6 años	0	0.00
7 a más años	2	100.00
Total	2	100.00

Fuente Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeña empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, ciudad de Huarmey, 2018

Tabla 3

*Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, ciudad de Huarmey, 2018.*

Datos generales	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
<i>¿Conoce Ud. acerca de la Gestión de Calidad?</i>		
Si	2	0.00
No	0	0.00
Total	2	100.00
<i>¿Se ha aplicado algunas técnicas dentro de su micro y pequeña empresa, para mejorar la gestión de calidad?</i>		
Si	2	100.00
No	0	0.00
Total	2	100.00
<i>¿Qué técnicas aplican para poder medir el rendimiento del personal?</i>		
La observación	0	0.00
La evaluación	2	100.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	2	100.00
<i>¿Cree que la Gestión de Calidad, puede ayudar a alcanzar los objetivos y metas planteadas por la micro y pequeña empresa?</i>		
Si	2	100.00
No	0	0.00
Total	2	100.00
<i>¿Ud. Tiene el conocimiento suficiente acerca de la Atención al Cliente?</i>		
Si	2	100.00
No	0	0.00
Regular	0	0.00
Total	2	100.00
<i>¿Cómo cree que es el trato que se les brinda a los clientes?</i>		
Malo	0	0.00
Regular	0	0.00
Bueno	2	100.00
Muy bueno	0	0.00
Total	2	100.00

Continúa...

Tabla 3

*Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, ciudad de Huarmey, 2018.*

Concluye...

¿Cree que al brindar una buena atención y orientación al cliente permite el posicionamiento de su empresa ante los mercados competitivos?		
Si	2	100.00
No	0	0.00
Tal vez	0	0.00
Total	2	100.00
La Mype brinda alguna capacitación para que sus empleados brinde una buen servicio al cliente		
Si	2	100.00
No	0	0.00
A veces	0	0.00
Total	2	100.00

Fuente Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeña empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, ciudad de Huarmey, 2018

## 5.2. Análisis de Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

### Edad

Respecto a las edades se obtiene como resultado que el 100% de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarney, tiene como edad entre 31 a 50 años, esto contrasta con Gutiérrez (2015) que el 75% cuentan entre 51 años a mas, así mismo se contrasta con Espinal (2017) ya que el 36.4% de sus representantes tiene entre los 18 a 29 años y de 29 a 39 años, esto también se contrasta con Briones (2017) ya que el 50% de su representantes tienen la edad de 29 a 39 años , de igual manera esto contrasta con Rodríguez (2016) ya que el 65% de sus representantes tienen la edad entre 36 a 45 años. Concluyendo que: mayormente en otras micros y pequeñas empresa cuenta con personales que tienen entre 29 años a mas, en la cual esto son capaces de demostrar buen potencial de capacidad para que así la empresa pueda lograr sus metas y objetivos trazados.

### Género

Respecto al género se obtiene como resultado que el 50% de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarney, tiene como género femenino y masculino, estos resultados contrasta con Rodríguez (2016) nos menciona que el 65% de sus representantes son de género femenino, se contrasta con Briones (2017) que el 60% de sus representante son de género femenino, así mismo contrasta con Espinal (2017) con el 63.6% de sus representante son de genero femeninos, como también contrasta con Gutiérrez (2015) en la cual menciona que el 75% de sus representante son de género femenino. Concluyendo que: las Micro y Pequeñas Empresas son dirigidos por el género femenino, ya que demuestran más habilidades y carisma para un negocio.

### Grado de instrucción

Respecto a la recolección de datos acerca del grado de instrucción se obtiene como resultado que el 100% de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarmey, tiene como estudio superior no universitario, en la cual esto se asemeja con Rodríguez (2016) que el 100% tienen el grado de instrucción superior no universitario, se asemeja a Espinal (2017) ya que el 45% tienen como grado de instrucción técnico y profesional, contrasta con Briones (2017) que el 60% de sus representante tiene como grado académico universitaria, así mismo contrasta con Gutiérrez (2015) que el 100% cuentan con el grado de superior universitario. Concluyendo que: esto nos da a conocer de que hoy en día encontramos personas técnicas y/o profesionales que demuestran sus habilidades para poder emprender y así poder llegar a cumplir con sus objetivos y metas trazadas tanto en el ámbito de negocios.

### Cargo que desempeñan

En el estudio presente se obtiene como resultado que el 50% de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarmey, cuenta con el cargo de Propietario y Administrador, esto se asemeja López (2014) ya que el 40% de su representantes son administradores y contrasta con Espinal (2017) que el 81.8 % de sus representantes son químico farmacéutico. Concluyendo que: las micro y pequeñas empresas tienen como encargado de sus establecimiento siendo administrador, en la cual también tiene la misma capacidad y conoce por ello no es necesario que al abrir una botica sea un químico farmacéutico.

### Tiempo que desempeña en el cargo

De acuerdo al estudio se obtiene como resultado que el 100% de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarmey; tienen entre 7 años a más laborando en el cargo que encuentra desempeñándose, así mismo se muestra que no se ha encontrado algunas u otras coincidencias de antecedentes como también no encontró ni un resultado. Concluyendo que: las micro y pequeñas empresas

cuentan con personales que tienen experiencia, en la cual estos personales presentan confianza para poder pertenecer a la familia de la cadena de boticas.

## Tabla 2

### Características de las micro y pequeñas empresas

#### Trabajadores que laboran (cantidad)

Respecto a esta investigación se obtiene como resultado que el 100% de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarney, cuentan con 11 a más trabajadores; esto contrasta con Briones (2017) que el 50% tienen de 1 a 4, así mismo contrasta con Espinal (2017) que el 72.7% tienen 1 a 3 años, contrasta con Gutiérrez (2015) que el 100% tiene 1 a 5 trabajadores. Concluyendo que: las micro y pequeña empresa cuenta con una buena cantidad de colaboradores en la cual nos da a entender de que su negocio es muy amplio y genera el ingreso mínimo.

#### Objetivo de la creación de la Empresa

De acuerdo a los datos obtenidos el 100% de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarney, se creó con el objetivo de mantener su estabilidad, en la cual esto contrasta con Gutiérrez (2015) que el 100% fue creado con el objetivo de obtener mayor rentabilidad. Concluyendo que: demuestran que hay empresas que solamente le importa su interés económico, por lo tanto en la Cadena de Chavín Farma tiene como objetivo seguir estable ante otros mercados competitivos.

#### Tiempo de permanencia que tiene la unidad económica en su rubro

Respecto a esta investigación se obtiene como resultado que el 100% de la Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarney, tienen entre 7 a más años en su rubro económico, esto se asemeja con López (2014) que el 42% de la micro y pequeña empresa tienen de 6 a 10 años, se contrasta con Gutiérrez (2015) que el 75% cuenta entre 5 años a más, así mismo contrasta con Briones (2017) que el 40% tienen entre 1 a 3 años y de 4 a 6 años en su rubro, también contrasta Espinal (2017) que el 36.4% tienen entre 3 a 5 años en el rubro. Concluyendo que: por experiencia y

posicionamiento de la empresa de mercado competitivo mantiene su micro y pequeña empresa a más años de acuerdo a su sector y rubro.

### Tabla 3

#### Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente

##### Gestión de calidad

Respecto a esta investigación se obtiene como resultado que el 100% de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarmey, afirman de que si tienen el conocimiento acerca de que es Gestión de Calidad, así mismo cabe mencionar que no se encontraron ni coincidencia en los antecedentes ni resultados. Concluyendo que: las micro y pequeña empresas orienta acerca de temas que son de su importancia para que de esa manera puedan atraer más clientes.

##### Aplicación de alguna técnica para mejorar la gestión de calidad

Respecto a esta investigación se obtiene como resultado que el 100% de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarmey, los encuestado nos menciona de que si aplican técnica para poder medir la gestión de calidad, así mismo cabe mencionar que no se encontraron ni coincidencia en los antecedentes ni resultados. Concluyendo que: los representante de las micro y pequeñas empresas ponen en práctica las mejores técnica para poder satisfacer las necesidades de los clientes y de esa manera su negocio puede llegar al alcanzar sus objetivos y metas trazadas.

##### Técnicas para medir el rendimiento personal

De acuerdo al estudio se obtiene como resultado que el 100% de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarmey; usan la técnica de evaluación, así mismo se muestra que no se ha encontrado algunas u otras coincidencias de antecedentes como también no encontró ni un resultado. Concluyendo que: el micro y la pequeña empresa si usan técnicas para poder rendir el rendimiento de cada uno de sus colaboradores en la cual esto ayuda tanto la mejora de su negocio para que de esa manera puedan lograr sus metas con éxitos.



La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas planteadas

De acuerdo al estudio se obtiene como resultado que el 100% de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarmey. Los encuestados nos mencionan que la Gestión de Calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas planteadas; así mismo se muestra que no se ha encontrado ni un antecedente ni algunas u otras coincidencias. Concluyendo que: es de suma importancia tener en cuenta la gestión de calidad, ya que esto ayuda a planificar cada uno de las actividades, así mismo ayuda a ofrecer productos de calidad, de acuerdo como uno tiene planteado dentro de sus metas y objetivos.

Conocimiento acerca de la atención al cliente

De acuerdo al estudio se obtiene como resultado que el 100% de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarmey; si conocen acerca de la atención al cliente, así mismo se muestra que no se ha encontrado algunas u otras coincidencias de antecedentes como también no se encontró ni un resultado. Concluyendo que: Las micro y pequeña empresa si conocen y están preparados para brindar una atención al cliente.

La calidad de atención que se les brinda a los clientes

De acuerdo al estudio se obtiene como resultado que el 100% de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarmey; nos da a conocer que su atención de calidad es bueno, esto se contrasta con López (2014) que el 64% su atención es muy bueno y también contrasta con Rodríguez (2016) que el 50% su trato al cliente es poco. Concluyendo que: Las micro y pequeñas empresas su trato de buena, es decir que aún falta mejorar para que puedan atraer más clientes.

Al brindar buena atención y orientación permite el posicionamiento de las Mype ante el mercado competitivo

De acuerdo al estudio se obtiene como resultado que el 100% de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarmey, si creen que al brindar un buena atención permite mantener la posición de la Mype, así mismo se muestra que no se ha encontrado algunas u otras coincidencias de antecedentes como también no encontró ni un resultado. Concluyendo que: al brinda un atención y orientación adecuada ayuda a mejorar el servicio al cliente y esto ayuda a que se posicione ante el mercado competitivo, a su vez ayuda a incrementar sus ventas.

Capacitación para brindar un buen servicio al cliente

De acuerdo al estudio se obtiene como resultado que el 100% de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarmey, los encuestados mencionan que si se le está preparando a través de capacitación acerca del servicio al cliente, esto coincide con López, Miriam (2014) que el 32% si se le capacita acerca del servicio al cliente y esto contrasta con Briones, Candy (2017) que el 50% menciona que esta por programar una capacitación. Concluyendo que: si se le capacita a sus colaboradores acerca del servicio al cliente, en la cual esto ayuda mucho por ello es necesario de poner en práctica de una manera adecuado.

## **VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1. Conclusiones**

Referente a los representantes, la mayoría de los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarney, sus edades engloban entre los 31 - 50 años, siendo del género femenino y masculino quienes son encargados de los establecimientos, como también cuentan con el grado de instrucción Superior no universitaria, así mismo, cada uno de los colaboradores desempeñan de administrador y propietario, el tiempo que desempeña en el cargo responsable es de 7 años.

Referente a las características, la mayoría del micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarney, cuenta con 11 a más colaboradores, como también tuvo como objetivo mantener la estabilidad de su negocio y tiene 7 años de permanencia en el rubro.

Referente a la Gestión de calidad y Atención al Cliente, la mayoría afirmaron que si conocen acerca de la gestión calidad, así mismo que los representantes de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarney, mencionaron que si se aplican técnicas para mejorar en la gestión de calidad en su micro y pequeña empresa, como también aplican la técnica de evaluación para poder medir el rendimiento de los colaboradores y que la gestiona de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas planteadas por la las micro y pequeña empresas, los representante si conocen acerca de la atención al cliente, también manifestaron que su trato hacia el cliente es bueno, afirman que al brindar una buena atención y orientación al cliente permite que su empresa puede posicionarse ante los mercados competitivos, y que si capacitan a sus colaboradores para que brinde un buen servicio al cliente.

Concluyendo que el objetivo principal es Determinar las características de la Gestión de Calidad con el uso de la Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarney, 2018, en respuesta a este objetivo los resultados nos da a

conocer que los encargados de los establecimientos de acuerdo a su edad ya tienen el conocimiento, la experiencia y la capacidad de poder mantener aun su negocio ya que tienen 7 años en el cargo que desempeña, así mismo, este negocio mantiene una trayectoria y buen posicionamiento en el mercado competitivo, así mismo, los representante mencionan de que si se aplica técnicas para mejorar la gestión de calidad, también conocer la atención al cliente, además la atención que se le brinda a los clientes es bueno, y que capacitan a sus colaboradores para que brinde un buen servicio al cliente.

## **6.2.Recomendaciones**

Las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma de la Ciudad de Huarney, 2018, ya obteniendo el conocimiento acerca de la Gestión de Calidad y la Atención Al Cliente, deberán mantener y/o mejorar su atención al cliente, a través de una buena orientación y sobre todo inspirar confianza, amabilidad ya que esto generara un buena satisfacción como también un incremento de ventas para su empresa.

Implementar estrategias para poder evaluar cuales son necesidades del cliente, que producto cree que es el adecuado para su salud, promocionar adecuadamente los productos que pueden obtener en el establecimiento, así mismo poder brindar una atención eficaz, es decir, estar atento a lo que pide y que la atención se inmediata.

Brindar un sistema en donde el cliente pueda poner sus incomodidades que tuvo en el momento de la dispensación, ya que a través de ello se puede obtener una información adecuada en la cual vamos a conocer de lo que está suscitando, de esa manera a empresa va a poder mejorar su servicio al cliente.

Capacitar constantemente a sus colaboradores, en la cual reforzarán sus habilidades, así mismo, deberían de interactuar con sus colaboradores para que puedan visualizar cual es la problemática, y aplicar las mejores estrategias y de esa manera se podrá mejorar sobre todo la empresa llegaría al éxito.

## VII. REFERENCIAS

- Alcalde San Miguel, Pablo (2007). *Calidad*, Madrid, España: Paraninfo S.A.
- Briones Vásquez, Candy Leidy (2017). *Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial Boticas del Distrito San Juan Bautista - Iquitos, Año 2017*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Pucallpa, Perú.
- Carrasco Fernández, Soledad (2012). *Atención al cliente en el proceso Comercial*. Madrid, España: Paraninfo S.A.
- Escudero Aragón, María Eugenia (2015). *Servicios de Atención Comercial*. Recuperado;  
<https://books.google.com.pe/books?id=ue7JCQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atencion+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjK6efln8reAhVB2lMKHcejBMA4HhDoAQhHMAY#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente&f=true>
- Escudero Serrano, María José (2017). *Comunicación y Atención al Cliente 2º Edición*. Madrid, España: Paraninfo S.A.
- Espinal Mantari, Rocio Elizabeth (2017). *Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Marketing, En Las Mypes Del Sector Comercial Boticas, Distrito de Satipo, Año 2017*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Pucallpa, Perú.
- Gutiérrez Castañeda, Sara (2015). *La Capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Farmacias de Urbanización El Trapecio, Distrito de Chimbote, 2015*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.
- ISO 9001 (s/f). ¿Qué es la gestión de calidad?. Recuperado de:  
<http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>

Jimeno, Pamela (30 de octubre 2016). Clientes incógnitos revelan mala atención en principales tiendas de malls. *La tercera*. Recuperado: <https://www.latercera.com/noticia/clientes-incognitos-revelan-mala-atencion-principales-tiendas-malls/>

Ley N° 28015, (2003). *Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

Lloréns Montes, Francisco Javier y Fuentes Fuentes, María del Mar. (2005). *Gestión de la Calidad Empresarial: Fundamentos e Implantación*. Madrid, España: Pirámide.

López de León, Miriam Consuelo (2014). *Evaluación del Servicio al Cliente en las Empresas Farmacéuticas de Coatepeque*. (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar, Coatepeque, El Salvador.

Nava Carbellido, Víctor Manuel (2005). *¿Qué es la calidad?. Conceptos, gurús y modelo fundamentales*. México: Limusa.

Ochoa, Vanessa (08 de agosto del 2018). Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención. *Gestión*. Recuperado: <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918>

Paz Couso, Renata (2007). *Atención al Cliente. Guía práctica de Técnicas y Estrategias*, Madrid, España: Ideas propias.

Pérez Torres, Vanesa Carolina (2010). *Calidad Total en la Atención al Cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el Servicio*, Madrid – España: Vigo.

Rodríguez Bautista, Amelia Ruth (2016). *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo las Normas ISO 9001:2008, en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador (Boticas) del Distrito de Huaraz, 2015.* (Tesis de Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaraz, Perú

Udaondo Durán, Miguel (1992). *Gestión de Calidad*, Madrid, España, Ediciones Díaz de Santos S.A.

Villalba Barragán, Silvana Alejandra (2016). *Análisis de Calidad del Servicio y Atención al Cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y Sugerencias de Mejora.* (Tesis de Pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.



## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de Actividades:

Actividades	2018							2019						
	OCT		NOV		DIC			ENE				FEB		
	18	20-31	01-23	30	01-31	13	29	01-31	05	12	26	01-07	02	08
INICIO DE CLASE	X													
INICIO DE CLASES		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ELABORACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN				X										
RECOGO DE DATOS						X								
ANÁLISIS DE DATOS							X							
ELABORACIÓN DE INFORME DE INVESTIGACIÓN									X					
ELABORACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO										X				
PREBANCA											X			
SUSTENTACIÓN													X	
TERMINO DE CLASE														X
TERMINO DE CLASE														X

## Anexo 2: Presupuesto

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>Bienes de consumo</b>			
Memoria – Disco Duro	1 unidad	250.00	250.00
Lapicero	2 unidades	1.00	1.00
Cuaderno	1 unidad	4.50	4.50
Copias	150 hojas	0.10	15.00
Impresiones	150 hojas	0.40	60.00
<b>Total de bienes</b>	-	-	<b>330.50</b>
<b>Servicios:</b>	-	-	-
Matricula de taller	1	200.00	200.00
Taller de Titulacion	4	450.00	1,800.00
Viáticos	6	5.00	30.00
Pasajes	10 pasajes	15.00	150.00
Internet	-	150.00	150.00
<b>Total de servicios</b>	-	-	<b>2,330.00</b>
<b>Total general</b>	-	-	<b>2,660.50</b>

### Anexo 3: Población

<b>Cantidad de Establecimiento</b>	<b>Ciudades</b>	<b>Dirección</b>
2	Huarney	Av, Alberto Reyes Mz A Lote 34. Jr. Los Andes Mz B Lote 50B, Casco Urbano
3	Casma	Av. Luis Ormeño Mz. J1 Lote 16, Panamericana Norte Calle Mejia, Plaza de Armas de Casma
1	Yaután	Calle. Casma Mz N Lote 3

#### Anexo 4: Muestra

Según investigación, se incluirá solo a los 2 establecimientos de la Ciudad de Huarney

<b>Cantidad de Establecimiento</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Cantidad de personal</b>
1	Huarney	Av, Alberto Reyes Mz A Lote 34.	1 personal
1	Huarney	Jr. Los Andes Mz B Lote 50B, Casco Urbano (Establecimiento Principal)	1 personal

## Anexo 5: Autorización



**Chavín**  
**BOTICA - PERFUMERIA**

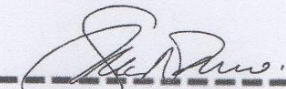
**FARMA**

### AUTORIZACIÓN PARA TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Yo, **MARISOL SALAS RAMIREZ**, identificada con RUC N° 20445546586 representante legal de Chavín Farma, Autorizo por medio de la presente a la Señorita **GUADALUPE DEL ROSARIO DOMINGUEZ MANRIQUE**, identificada con DNI N° 75095939, estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para que pueda incluir la información brindada acerca de mi negocio y de la misma manera pueda realizar con normalidad su trabajo de investigación de tesis.

Asimismo, nos comprometemos a facilitar información correspondiente para su dicho estudio de investigación

Huarmey, 17 de Noviembre del 2018

  
-----  
**Marisol Salas Ramírez**  
**Gerente General - Chavín Farma**

**Chavín Farma**  
**Av, Alberto Reyes**  
**Mz A Lote 34**  
**Huarmey- Ancash**  
**Tlf: 043- 400656**

## Anexo 6: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresa para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO BOTICA, EN LA CADENA DE CHAVIN FARMA, DE LA CIUDAD DE HUARMEY, 2018.** Para de esa manera poder obtener el título de licenciado en administración. Por lo que se le agradece anticipadamente la información y colaboración que brindará.

#### 1. GENERALIDADES

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

1. ¿Cuál es su edad?
  - a) 18 – 30 años
  - b) 31 – 50 años
  - c) 51 a más años
2. ¿Cuál es su género?
  - a) Masculino
  - b) Femenino
3. ¿Cuál es su grado de instrucción?
  - a) Sin Instrucción
  - b) Primaria
  - c) Secundaria
  - d) Superior no universitaria
  - e) Superior universitaria

4. ¿Cuál es el cargo que Desempeña?
  - a) Propietario
  - b) Administrador
  - c) Otros
5. ¿Qué tiempo tiene desempeñando 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. ¿Cuántos trabajadores son los que laboran?
  - a) 1 a 5 trabajadores
  - b) 6 a 10 trabajadores
  - c) 11 a más trabajadores
7. ¿La Micro y Pequeña Empresa se creó con el objetivo?
  - a) Generar ganancia
  - b) Estabilidad
8. ¿Qué tiempo tiene esta unidad económica en su rubro?
  - a) 0 a 3 años
  - b) 4 a 6 años
  - c) 7 a más años

## **2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

9. ¿Conoce Ud. acerca de la Gestión de Calidad?
  - a) Si
  - b) No
  - c) Poco
10. ¿Se ha aplicado algunas técnicas dentro de su Micro y pequeña empresa, para mejorar la gestión de calidad?
  - a) Si
  - b) No

11. ¿Qué técnicas aplican para poder medir el rendimiento del personal?
  - a) La observación
  - b) La evaluación
  - c) Escala de puntuaciones
  - d) Ninguno
  - e) Otros
12. ¿Cree que la Gestión de Calidad, puede ayudar a alcanzar los objetivos y metas planteadas por la micro y pequeña empresa?
  - a) Si
  - b) No
13. ¿Ud. Tiene el conocimiento suficiente acerca de la Atención al Cliente?
  - b) Si
  - c) No
  - d) Poco
14. ¿Cómo cree que es el trato que se les brinda a los clientes?
  - a) Malo
  - b) Regular
  - c) Bueno
  - d) Muy bueno
15. ¿Cree que al brindar una buena atención y orientación al cliente permite el posicionamiento de su empresa ante los mercados competitivos?
  - a) Si
  - b) No
  - c) Tal vez
16. La Mype brinda alguna capacitación para que sus empleados brinde un buen servicio al cliente
  - a) Si
  - b) No
  - c) A veces



### Anexo 7: Tabulación

Preguntas	Repuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad	18 – 30 años	-	0	0.00
	31 – 50 años	II	2	100.00
	51 a más años	-	0	0.00
	Total	II	2	100.00
Género	Masculino	I	1	50.00
	Femenino	I	1	50.00
	Total	II	2	100.00
Grado de instrucción	Primaria	-	0	0.00
	Secundaria	-	0	0.00
	Superior no universitaria	II	2	100.00
	Superior universitaria	-	0	0.00
	Total	II	2	100.00
Cargo que desempeña	Propietario	I	1	50.00
	Administrador	I	1	50.00
	Otros	-	0	0.00
	Total	II	2	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años	-	0	0.00
	4 a 6 años	-	0	0.00
	7 a más años	II	2	100.00
	Total	II	2	100.00
Trabajadores que laboran (cantidad)	1 a 5 trabajadores	-	0	0.00
	6 a 10 trabajadores	-	0	0.00
	11 a más trabajadores	II	2	100.00
	Total	II	2	100.00
Objetivo de la creación	Generar ganancia	-	0	0.00
	Estabilidad	II	2	100.00
	Total	II	2	100.00
Tiempo de la unidad económica en su rubro	0 a 3 años	-	0	0.00
	4 a 6 años	-	0	0.00
	7 a más años	II	2	100.00
	Total	II	2	100.00
Conocimiento de Gestión de Calidad	Si	II	2	100.00
	No	-	0	0.00
	Total	II	2	100.00

Aplicación de algunas técnicas para el mejoramiento de la Gestión de Calidad	Si	II	2	100.00
	No	-	0	0.00
	Total	II	2	100.00
Aplicación de técnicas para poder medir el rendimiento del personal	La observación	-	0	0.00
	La evaluación	II	2	100.00
	Escala de puntuaciones	-	0	0.00
	Ninguna	-	0	0.00
	Otros	-	0	0.00
	Total	II	2	100.00
Gestión de Calidad, ayuda para poder alcanzar los objetivos y metas trazadas	Si	II	2	100.00
	No	-	0	0.00
	Total	II	2	100.00
Conocimiento sobre la Atención al Cliente	Si	II	2	100.00
	No	-	0	0.00
	Regular	-	0	0.00
	Total	II	2	100.00
La Calidad de Atención y orientación que se le brinda a los Clientes	Malo	-	0	0.00
	Regular	-	0	0.00
	Bueno	II	2	100.00
	Muy bueno	-	0	0.00
	Total	II	2	100.00
La Calidad de Atención brindada mejora el posicionamiento ante los mercados competitivos	Si	II	2	100.00
	No	-	0	0.00
	Tal vez	-	0	0.00
	Total	II	2	100.00
Se les capacita a los personales para que brinde un buen servicio al cliente	Si	II	2	100.00
	No	-	0	0.00
	A veces	-	0	0.00
	Total	II	2	100.00

## Anexo 8: Figuras

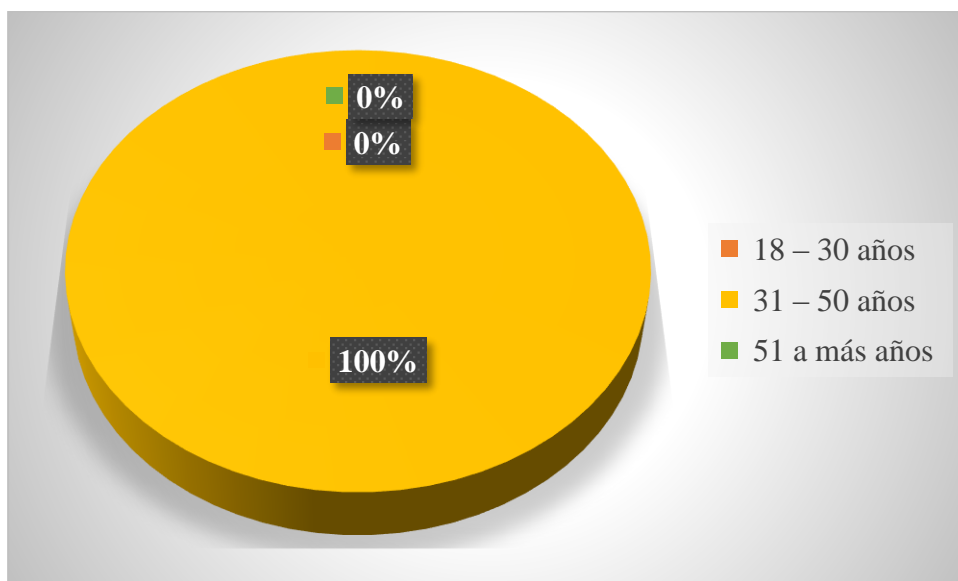


Figura 1. Edad de los representantes.

Fuente tabla 1

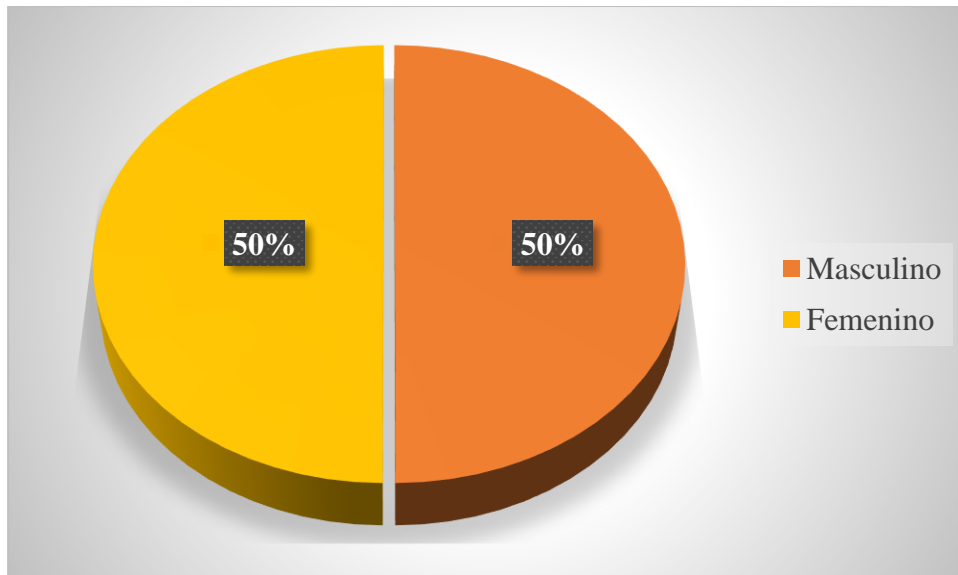


Figura 2. Género de los representantes.

Fuente tabla 1

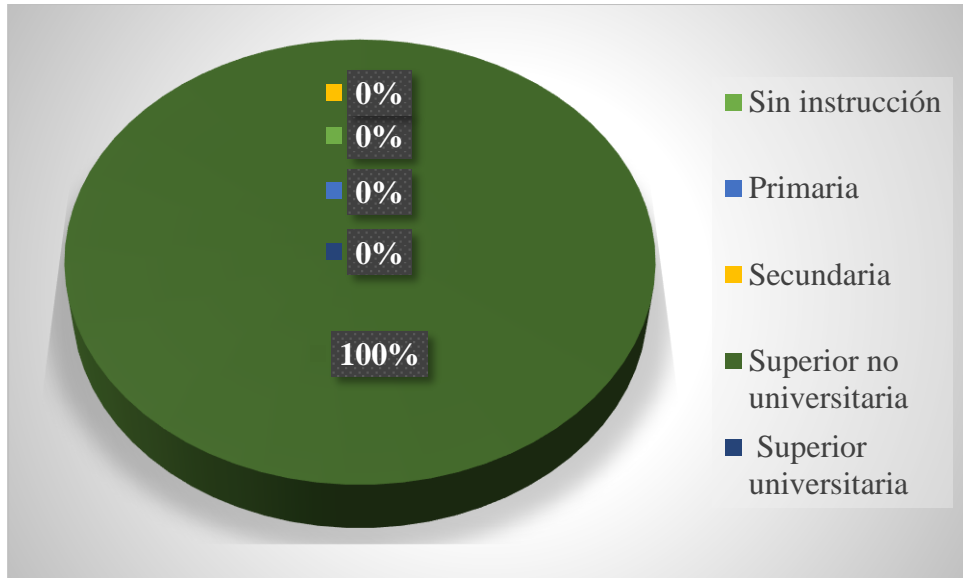


Figura 3. Grado de instrucción.

Fuente tabla 1

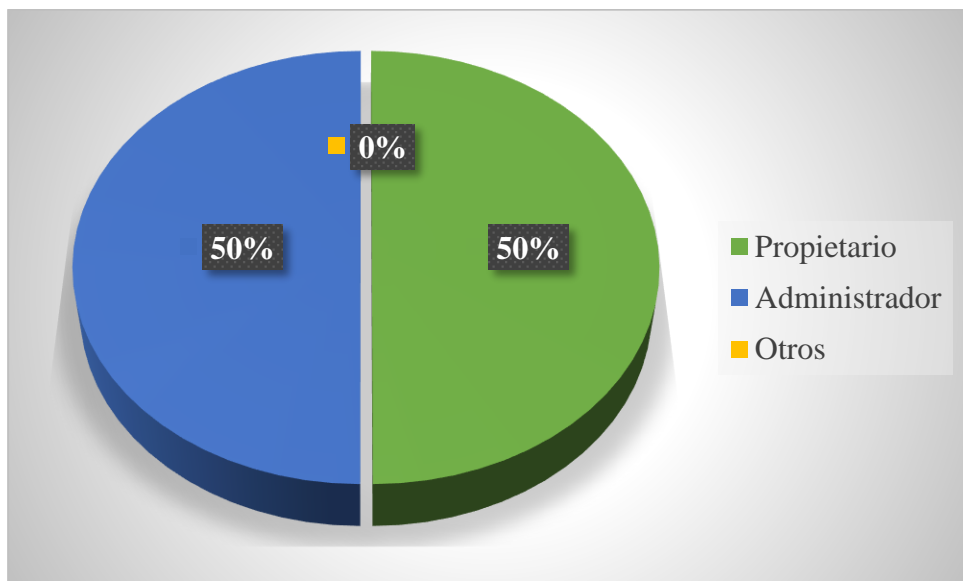


Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes.

Fuente tabla 1

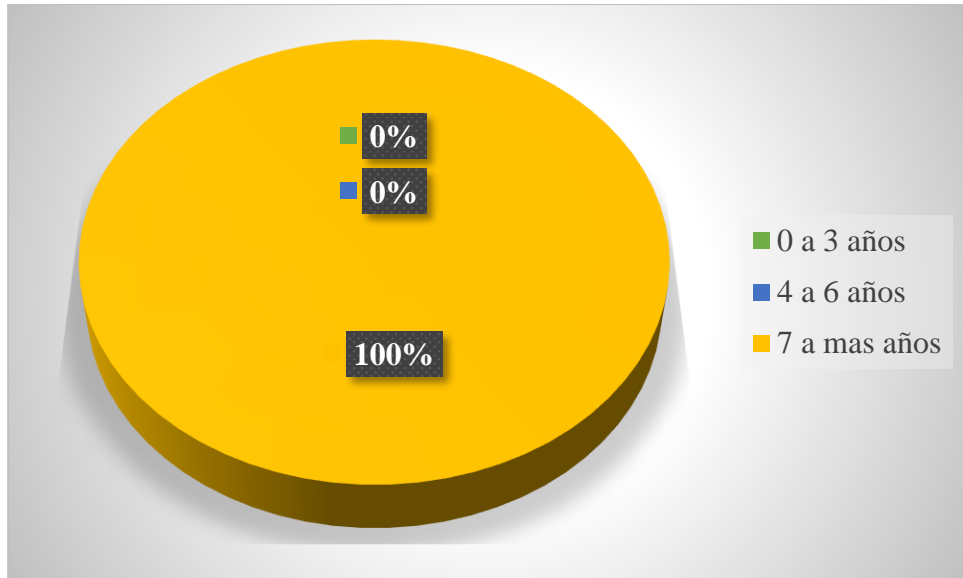


Figura 5. Tiempo en que desempeña en el cargo.

Fuente tabla 1

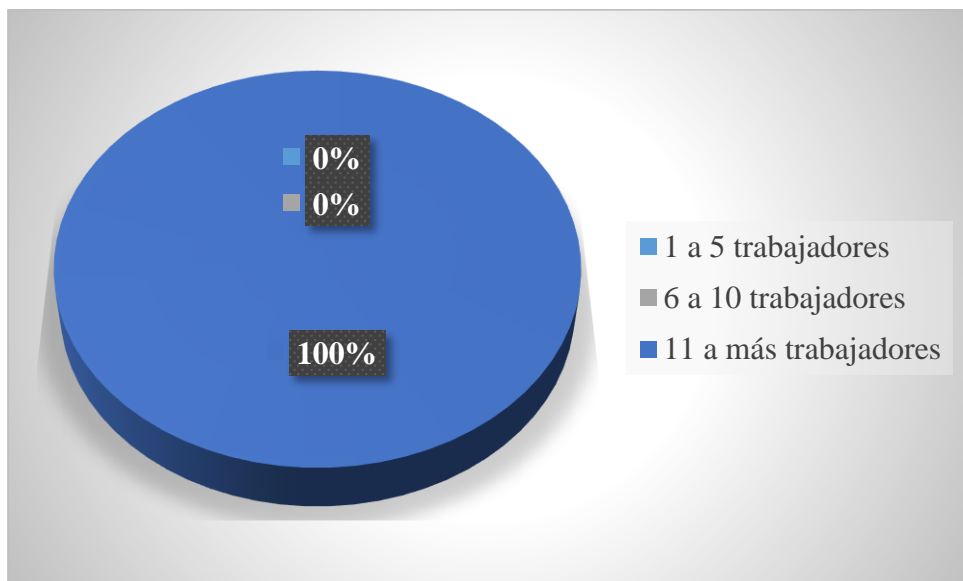


Figura 6. Trabajadores que laboran (cantidad)

Fuente tabla 2

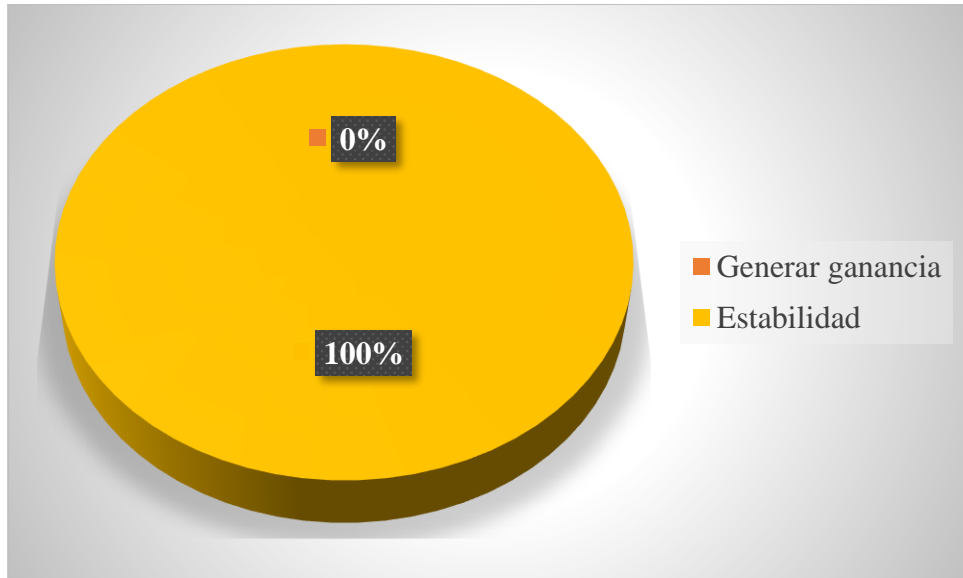


Figura 7. Objetivo de la creación de la Mype.

Fuente tabla 2

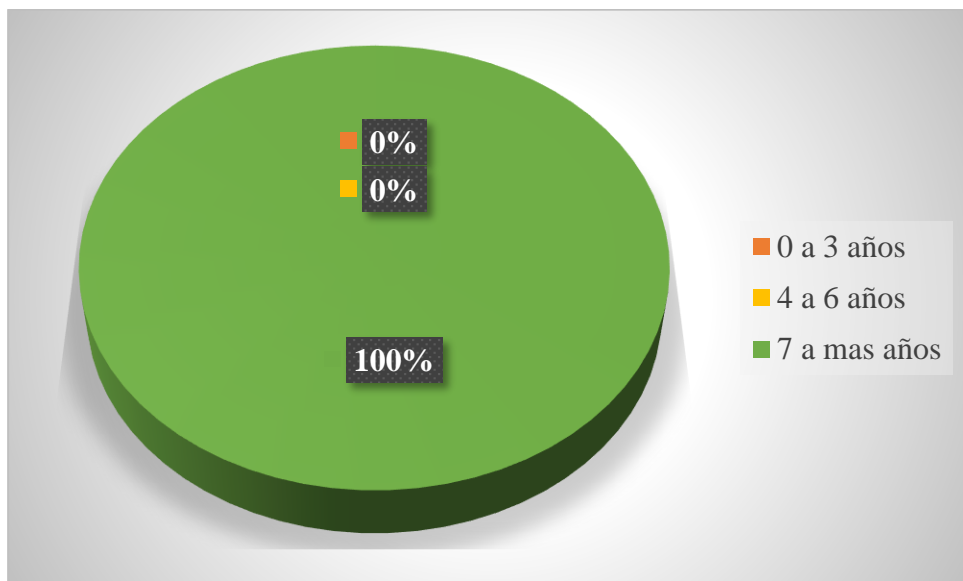


Figura 8. Tiempo de la unidad económica en su rubro.

Fuente tabla 2

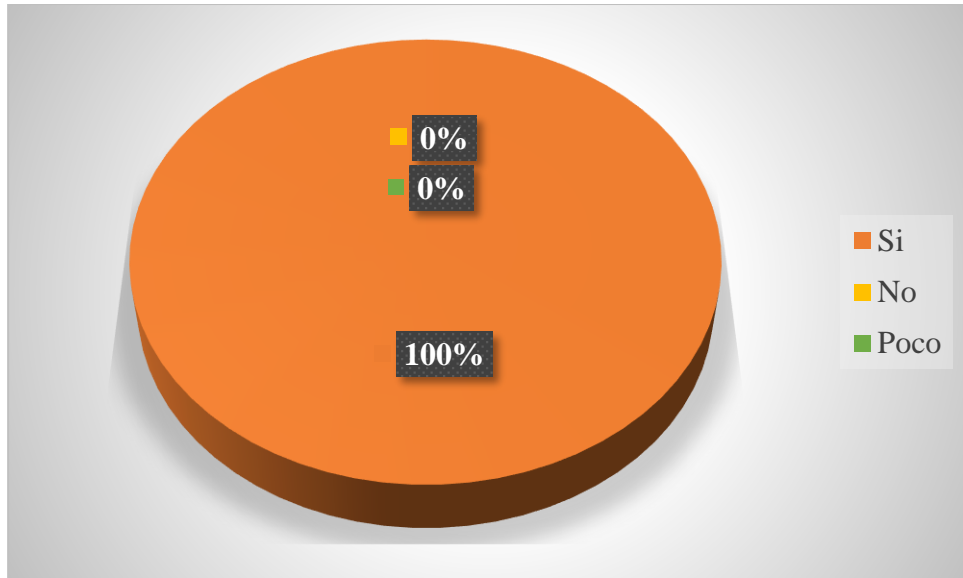


Figura 9. Conocimiento de Gestión de Calidad.

Fuente tabla 3

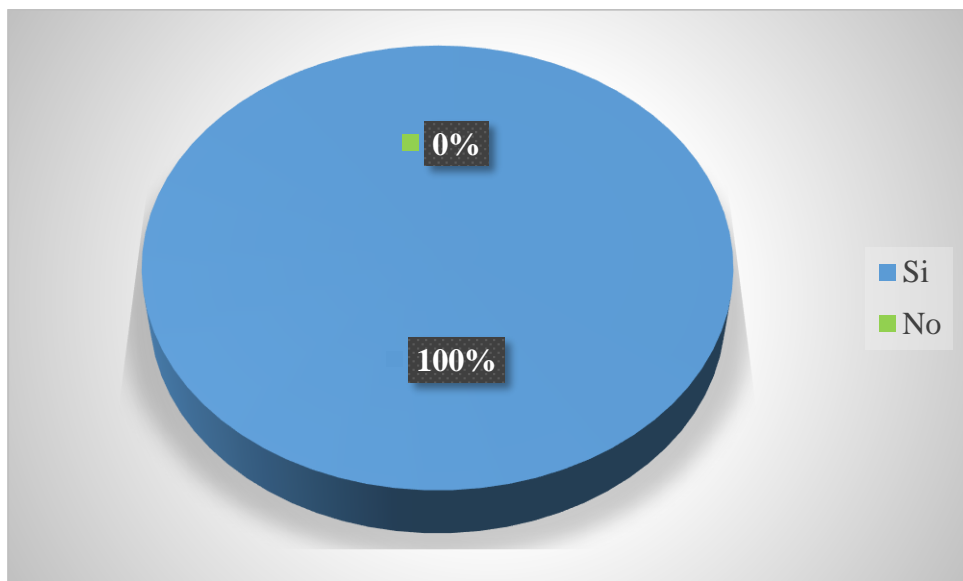


Figura 10. Aplicación de algunas técnicas para el mejoramiento de la Gestión de Calidad.

Fuente tabla 3

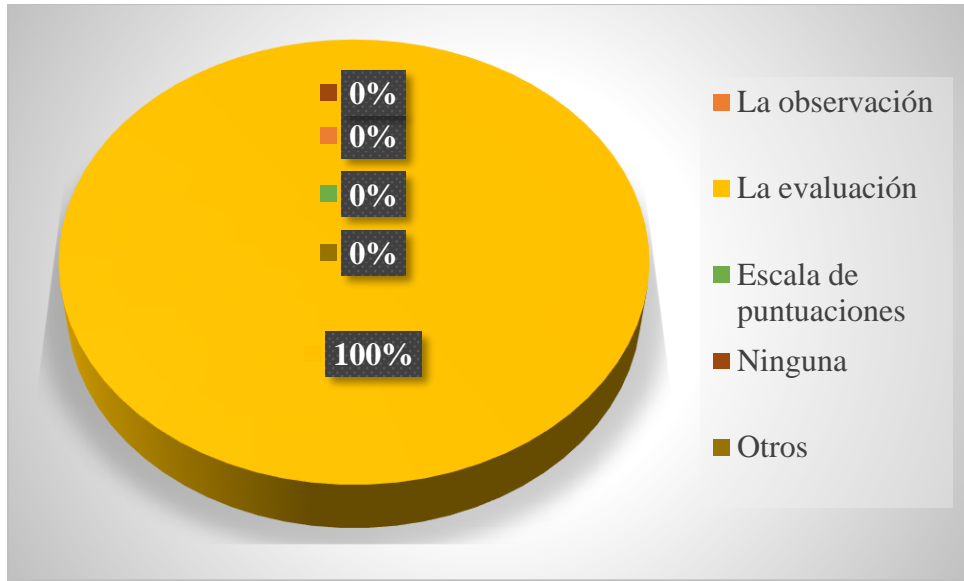


Figura 11. Aplicación de técnicas para poder medir el rendimiento del personal.

Fuente tabla 3

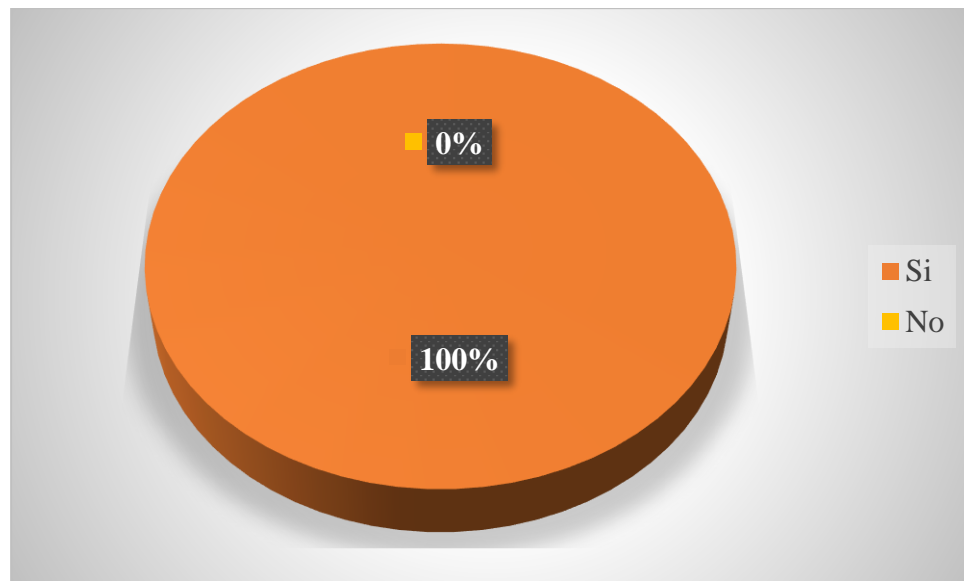


Figura 12. La Gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas.

Fuente tabla 3



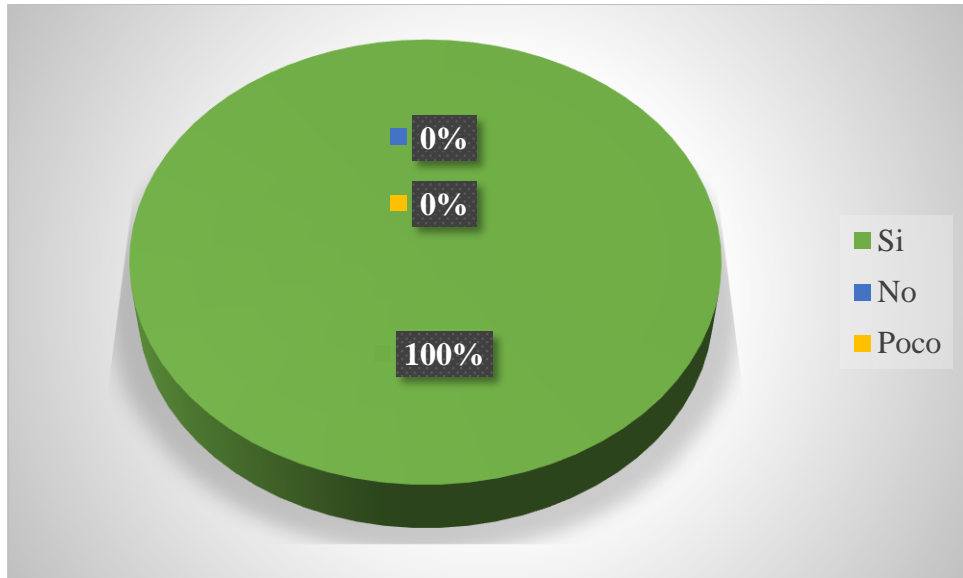


Figura 13. Conocimiento sobre la Atención al Cliente.

Fuente tabla 3

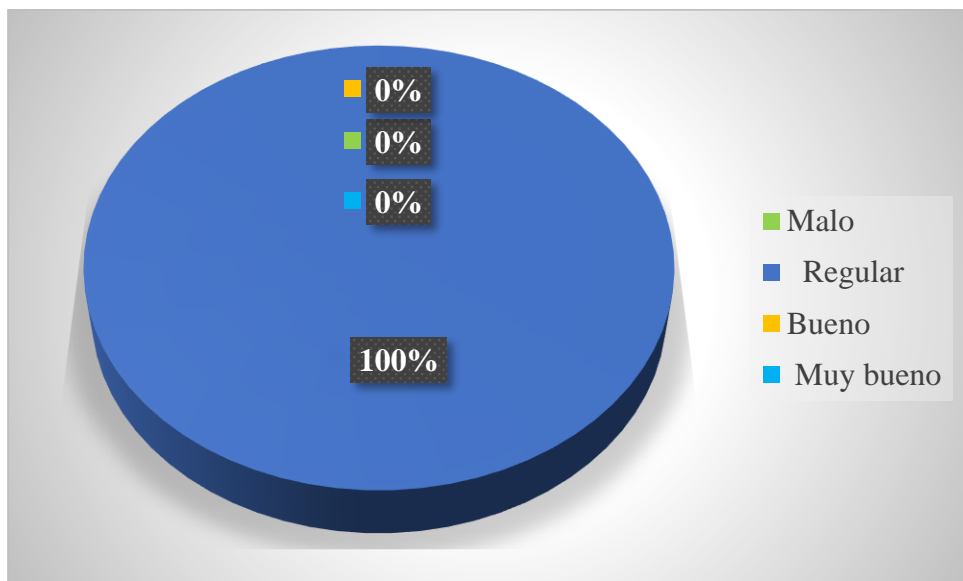


Figura 14. El trato que se les brinda a los clientes.

Fuente tabla 3

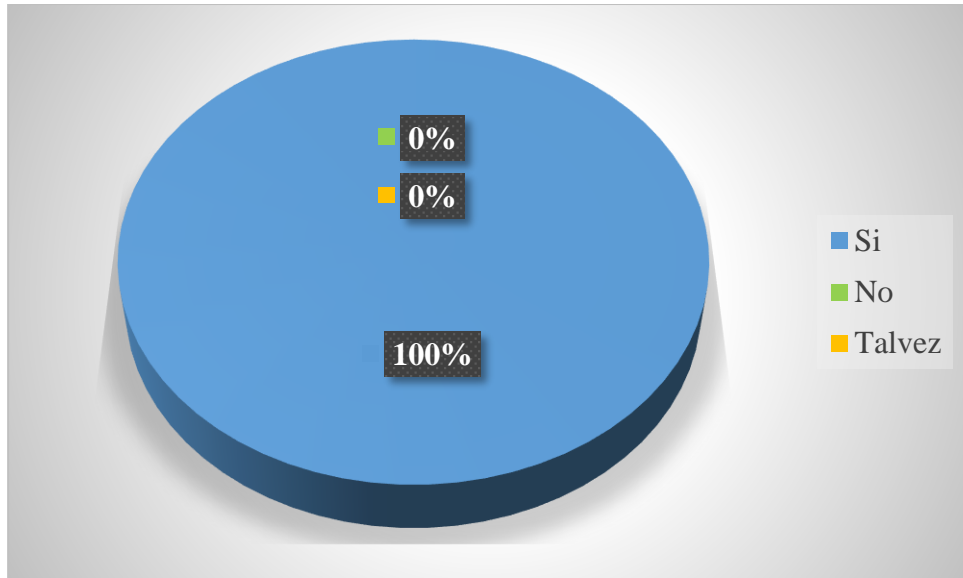


Figura 15. La Calidad de Atención brindada mejora el posicionamiento ante los mercados competitivos.

Fuente tabla 3

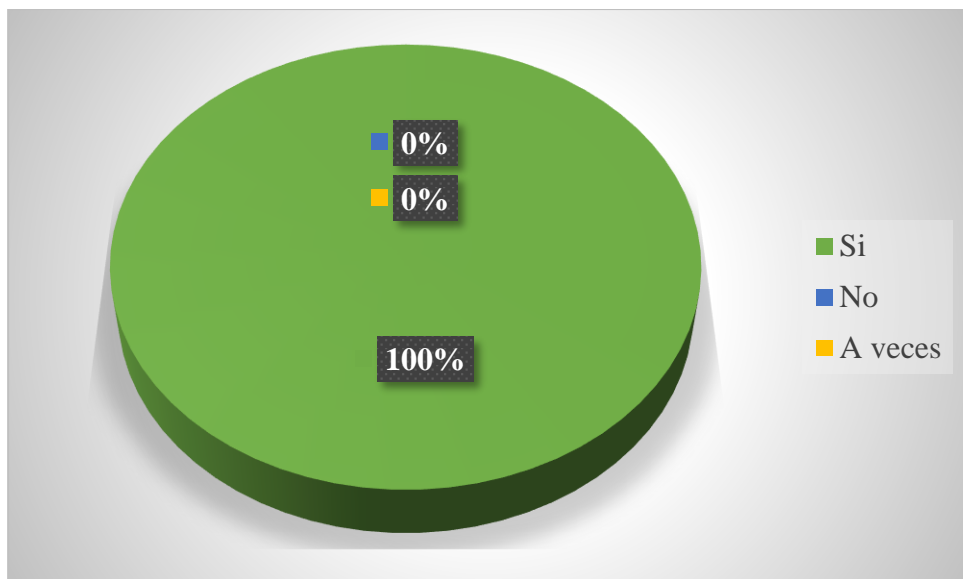


Figura 16. Se les capacita a los personales para que brinde un buen servicio al cliente.

Fuente tabla 3