



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DEL  
SERVICIO AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS RUBRO LIMPIEZA Y  
MANTENIMIENTO DE BODEGAS EN EMBARCACIONES  
PESQUERAS, DISTRITO DE CHIMBOTE 2017

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

**AUTOR**

Br. Pacheco Bueno, Pedro Legardo

Orcid. 0000-0003-1155-903X

**ASESOR**

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Orcid. 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Br. Pacheco Bueno, Pedro Legardo

ORCID: 0000-0003-1155-903X

### **ASESOR**

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6699-5928

### **JURADO**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

0000-0002-5471-4549

## **JURADO EVALUADOR**

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

**Presidente**

Mgr. Limo Vásquez, Miguel Angel

**Miembro**

Mgr. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

**Miembro**

## AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios, Padre Santo, quien ha forjado mi camino y me ha dirigido por el sendero correcto; quien en todo momento está conmigo ayudándome para aprender de mis errores y a no cometerlos.

Hermano eres mi gran orgullo, mi gran motivación; me impulsas a superarme cada día más. No es fácil, lo sé, pero con esfuerzo seguiré luchando por cumplir mis metas.

Amigos, la vida se encuentra plagada de retos y una de ellas es la universidad. Tras verme dentro de ella me he dado cuenta, que más allá de ser un reto esta maestría, es una base no solo para mi entendimiento en el campo que me he visto inmerso, sino para lo que concierne a mi vida y mi futuro.

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su apoyo y guía incondicional en el transcurso de mi vida y mi carrera para lograr mis objetivos.

A mi asesor, por tomarse la paciencia para brindarme sus sabios conocimientos para la elaboración de mi tesis.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 72.73% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad. El 81.82% son de género masculino. El 90.91% tiene grado de instrucción superior universitaria. El 81.82% son los administradores. El 63.64% tienen en el cargo más de 7 años. El 63.64% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años. El 45.55% cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores. El 45.55% utilizan el Outsorsing como herramienta de gestión. El 54.55% aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 72.73% consideran que contar con los equipos e implementos necesarios es un favor de calidad en el servicio. El 54.55% han logrado la fidelización de sus clientes gracias a la buena atención al cliente; concluyendo que la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente, en este sentido aplican el Outsorsing como herramienta y esto les permite mejorar la calidad de los servicios.

Palabras clave: Calidad, gestión, empresas, representantes, servicio

## **ABSTRACT**

The objective of the research was to determine the main characteristics of Quality Management under the focus of customer service in micro and small companies in the services sector, cleaning and maintenance of warehouses in fishing vessels, Chimbote district 2017. The investigation was A non-experimental - cross-sectional design was used to collect information from a sample population of 11 micro and small businesses, to which a questionnaire of 22 questions was applied, obtaining the following results. 72.73% of the representatives are between 18 and 30 years old. 81.82% are male. 90.91% have a university education degree. 81.82% are the administrators. 63.64% have in the position more than 7 years. 63.64% of Micro and small businesses have more than 7 years in the business. 45.55% of them have an average of 6 to 10 workers. 45.55% use Outsourcing as a management tool. 54.55% say they measure staff performance through observation. 72.73% consider that having the necessary equipment and implements is a quality favor in the service. 54.55% have achieved customer loyalty thanks to good customer service; concluding that the majority of micro and small companies apply quality management under the approach of customer service, in this sense they apply Outsourcing as a tool and this allows them to improve the quality of services

Keywords: Quality, management, companies, representatives, service

## CONTENIDO

1. Título de la tesis .....	i
2. Equipo de Trabajo .....	ii
3. Jurado evaluador .....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y Abstract .....	vi
6. Contenido .....	viii
7. Índice de Tablas y Figuras .....	ix
I. Introducción .....	1
II. Revisión de literatura.....	7
III. Hipótesis.....	35
IV. Metodología .....	36
4.1 Diseño de la investigación.....	36
4.2 Población y muestra .....	36
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores .....	38
4.4 Técnicas e instrumentos .....	42
4.5 Plan de análisis .....	42
4.6 Matriz de consistencia.....	43
4.7 Principios éticos .....	45
V Resultados .....	46
5.1 Resultados .....	46
5.2 Análisis de resultados.....	52
VI. Conclusiones y recomendaciones .....	58
Referencias bibliográficas .....	60
Anexos.....	64



## ÍNDICE DE TABLAS

**Pág.**

Tabla 1.

*Características de los representantes de las pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017.....* 46

Tabla 2.

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017.....* 47

Tabla 3.

*Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017.....* 48

Tabla 4

*Propuesta de mejora a la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.....* 51

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad .....	76
Figura 2. Genero.....	76
Figura 3. Grado de instrucción .....	77
Figura 4. Cargo.....	77
Figura 5. Tiempo en el Cargo .....	78
Figura 6. Años en el rubro .....	78
Figura 7. N° de trabajadores en la empresa .....	79
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa .....	79
Figura 9. Objetivo de la empresa.....	80
Figura 10. Termino gestión de calidad .....	80
Figura 11. Técnicas de gestión que aplica .....	81
Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad .....	81
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal .....	82
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento. ....	82
Figura 15. Termino atención al cliente .....	83
Figura 16. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda.....	83
Figura 17. Atención al cliente es fundamental para que éste regrese.....	84
Figura 18. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad .....	84
Figura 19. Factores de calidad al servicio .....	85
Figura 20. La atención que brinda al cliente es:.....	85
Figura 21. Porque considera que se está dando una mala atención.....	86
Figura 22. Resultados de una buena atención .....	86

## **I. INTRODUCCIÓN**

Hoy en día las micro y pequeñas son relevantes porque representan aproximadamente el 95.9% del tejido empresarial peruano, porcentaje que se eleva hasta el 97.9% si se adhieren las empresas pequeñas, del mismo modo las MYPES generan empleo a más de 80.0% de la población económicamente activa (PEA), y contribuyen aproximadamente el 45% del PBI, así también reducen la pobreza, sin embargo pese a dicha importancia estas organizaciones cuentan con problemas que les impide seguir desarrollándose en el sector, por lo cual el principal problema es la ausencia o falta de una excelente gestión de calidad en el servicio al cliente, por ende no logran obtener una mayor cartera de clientes, cabe decir que este error no solo se da en diferentes partes del mundo (Ministerio de Trabajo, 2013).

En España las micro y pequeñas empresas cuentan con problemas en la gestión de calidad en el servicio al cliente y esto se debe a que el líder no se preocupa por mejorar las habilidades de su personal, así mismo los problemas de comunicación organizacional que se observa en las MYPES ocasionan conflictos y situaciones que repercuten negativamente en la eficiencia, productividad y clima laboral de la empresa, haciendo muy complicada la posibilidad de lograr la mejora continua de todos los procedimientos (Formanchuk, 2014).

En España las MYPES no mejoran la capacidad de su equipo de ventas, es por ello que tienen problemas de comunicación, que sin duda influyen negativamente en el servicio al cliente, de manera similar en el Perú las micro y pequeñas empresas no cuentan con un personal calificado para la atención al cliente, esto se puede solucionar si se aplicarán políticas de atención o se creara un flujograma de servicio.

De manera similar en el caso del Reino Unido las micro y pequeñas empresas, presenta problemas de gestión en el servicio al cliente, dado que el 80.0% de los clientes que sienten que han sido tratados mal por algún trabajador, no dan

oportunidades a las MYPES para enmendar el error o disculparse. De hecho, se observa que solo el 19.0% de los clientes se quejan, sin embargo, no existe ninguna solución para ellos; del mismo modo las MYPES muchas veces ni saben que han ofendido a su público objetivo (CEDEC, 2015).

En el Reino Unido, se observa que las micro y pequeñas empresas no han buscado mejorar sus servicios y esto ha influido en la satisfacción del cliente, pues estos sienten que se les ha tratado mal, del mismo modo en el Perú las micro y pequeñas empresas no brindan una buena comunicación y pocas veces tratan bien a su clientela, lo que hace que estos nunca más regresen al establecimiento.

Por otro lado en Argentina existen aproximadamente 600 mil micro y pequeñas empresas, debido a que el 15.0% de la población entre 18 a 64 años es dueño o emprendedor de una pequeña empresa con menos de 3.5 años de antigüedad, no obstante pese a que son importantes, estas pequeñas organizaciones cuentan con problemas de gestión, podemos decir que los dueños no elaboran un plan de negocios, del mismo modo otro gran problema es que los procesos productivos y de servicios no están claramente definidos ni organizados, del mismo modo existen altos niveles de desperdicios, altos costos por errores y re trabajos, ausencia de capacidad técnica por la incapacidad de reclutar a trabajadores con el perfil adecuado, así mismo se observa un mal manejo de los inventarios, faltan controles de calidad o existen demasiados, cabe decir que estos problemas se resuelven tarde ocasionando paridad de utilices (Paulise, 2015)

En Argentina las MYPES no cuentan con un plan de negocios, es por ello que no han adaptado sus servicios o productos hacia sus clientes, es por ello que sus inversiones en la creación de algún producto o servicio han fracasado, del mismo modo en el Perú las micro y pequeñas empresas, no elaboran un pan de negocios, no investigan los gustos y necesidades del cliente, por ende, no logran captar nuevos clientes.

Por otro lado en el Perú las micro y pequeñas empresas son relevantes dado que aportan enormemente a la generación de puestos de trabajo, sin embargo estas organizaciones carecen de una adecuada gestión ya que representantes, no aplican un buen liderazgo, del mismo modo no delegan autoridad, entonces al encontrarse ausente la persona a quien rendirle cuentas y de no tener las herramientas adecuadas para esta actividad, hace que el personal se encuentre insatisfecho, por lo cual este no cumple correctamente con sus tareas, ya sea para elaborar un producto o brindar un servicio de excelencia (Prado, 2016).

En pocas palabras en el Perú la ausencia del liderazgo en las micro y pequeñas empresas, conlleva a que estos negocios no cuenten con un personal de ventas calificado, ni motivado para generar un buen servicio al cliente, es por ello que se debe incentivar entrenando al personal, y de esta manera lograr eficiencia en los procesos de servicios.

En la Región Ancash es relevante de apoyar a las micro y pequeñas empresas a que mejoren sus procedimientos de gestión del servicio al cliente, basándose en el uso correcto de las técnicas o herramientas administrativas; por lo tanto, así se podrá mejorar los procesos internos, la satisfacción del personal y la satisfacción de los clientes, esta necesidad se presenta porque los dueños aun no reconocen la importancia de fidelizar al cliente y solo se conforman con tener una mínima cartera de clientes que les permita sobrevivir el día a día.

En el caso del distrito de Chimbote el personal de las micro y pequeñas empresas presenta desconocimiento en cuanto a la ejecución de procedimientos de trabajo, y este problema se genera porque, el trabajador no está debidamente capacitado, del mismo modo no se contrata al personal con la suficiente capacidad y experiencia para lograr desarrollar los trabajos a bordo, debido a que en un barco existen diferentes clases de peligro y además dedicarse al mantenimiento de embarcaciones es una labor de mucha presión, debido a que

siempre están siendo exigidos y ponen al límite la entrega de trabajos, esto trae como consecuencia que la eficiencia y calidad de los trabajos no son los esperados, así mismo se tienen muchos retrasos y llamadas de atención por los superiores, esto implica que exista pérdida de tiempo, desprestigio de la organización, que ya desconfían de ellos, así también esto repercute directamente en el número de contratos ya que estos disminuyen, hasta el punto de que ya no tengan trabajos, sin embargo esto se puede solucionar si se implanta un sistema de gestión de la calidad, y una de ellas y quizá la más importante sea la norma ISO 9001, la cual va a permitir la calidad de los servicios; por lo expresado el enunciado del problema es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017?; para dar respuesta al problema se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.

Para desarrollar el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos:

Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.

Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.

Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.

Elaborar una propuesta de mejora sobre la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017

El presente trabajo se justifica porque permitió conocer las principales características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente, y de esta forma aportar más información precisa, concreta y práctica a las micro y pequeñas empresas del país, demostrándoles que una eficiente gestión de calidad puede mejorar el proceso de toma de decisiones y más aún cuando se trata de mejorar la calidad del servicio al cliente. Así mismo se justifica porque busca mediante el análisis, aplicación de diversas teorías y los conceptos de gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente, reconocer la relevancia de esta variable, pues gracias a esta información se podrá identificar cuáles son los errores gerenciales de las micro y pequeña empresa y con ello proponer estrategias que mejoran la calidad del servicio al cliente. Así también servirá como antecedente para futuras investigaciones, a tal punto que los interesados en el tema puedan mejorar sus estudios tomando como modelo el tema de gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas, de esta manera podrán mejorar sus análisis y así proponer nuevas estrategias de mejora en las MYPES.

Por otro lado la investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 72.73% de los representantes tienen

entre 18 a 30 años de edad. El 81.82% son de género masculino. El 90.91% tiene grado de instrucción superior universitaria. El 81.82% son los administradores. El 63.64% tienen en el cargo más de 7 años. El 63.64% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años. El 45.55% d cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores. El 45.55% utilizan el Outsorsing como herramienta de gestión. El 54.55% aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 72.73% consideran que contar con los equipos e implementos necesarios es un favor de calidad en el servicio. El 54.55% han logrado la fidelización de sus clientes gracias a la buena atención al cliente; concluyendo que la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente, en este sentido aplican el Outsorsing como herramienta y esto les permite mejorar la calidad de los servicios.



## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

Portocarrero (2016) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque del kaizen en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro mantenimiento y reparación de vehículos automotores en el distrito de Huaraz, 2016*. tuvo como objetivo principal describir las principales características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del KAIZEN en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio - Rubro mantenimiento y reparación de vehículos automotores en el distrito de Huaraz, 2016. Objetivos específicos: (a) Determinar las principales características de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro mantenimiento y reparación de vehículos automotores en el distrito de Huaraz; (b) Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque del KAIZEN basado en el modelo de las 5S en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro mantenimiento y reparación de vehículos automotores en el distrito de Huaraz. Para llevar a cabo esta investigación se utilizó un tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo y diseño de investigación transeccional. La técnica de investigación utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, obteniéndose los siguientes resultados: el 59,52% manifiesta tener entre 21 a 30 años. el 92,86% manifiesta ser de sexo masculino. el 100,00% manifiesta tener un grado de instrucción de superior no universitario. el 50,00% manifiesta que a veces existen elementos innecesarios en los puestos de trabajo. el 61,90% manifiesta que a veces están todas las herramientas arregladas en condiciones sanitarias y seguras. el 54,76% manifiesta que a veces los corredores y áreas de trabajo son lo suficientemente limpias y señalizadas. el 57,14% manifiesta que casi siempre existen lugares específicos para cada herramienta marcados visualmente. el 38,10% manifiesta que a veces los lugares para los artículos defectuosos son fáciles de reconocer. el 40,48% manifiesta que casi siempre es fácil de reconocer el lugar para cada cosa. el 59,52% manifiesta que casi siempre se vuelve a

colocar las cosas en su lugar después de usarlas. el 50,00% manifiesta que casi siempre están las áreas de trabajo limpias y se usan elementos apropiados para su limpieza. el 59,52% manifiesta que casi siempre los equipos se mantienen en buenas condiciones y limpios. el 47,62% manifiesta que casi siempre es fácil de localizar los materiales de limpieza. el 59,52% manifiesta que casi siempre está siendo en la organización, el orden y la limpieza regularmente observada. el 50,00% manifiesta que casi siempre son observadas las reglas de seguridad y limpieza. el 47,62% manifiesta que casi siempre se respetan las áreas de no fumar y no comer. el 57,14% manifiesta que casi siempre la basura y el desperdicio están bien localizados y ordenados. Conclusiones: Los ambientes de los talleres de mecánicas representan un peligro para los trabajadores de la empresa ya que no aplican una gestión de calidad dentro de las mismas, no existe orden en los talleres de mecánica y tampoco cuentan con un plan de mejora a futuro. Las reglas de seguridad y limpieza son muy importante para que se pueda minimizar los riesgos de accidente en el trabajo, y los trabajadores de los talleres de mecánica en estudio no le dan mucha importancia a la seguridad y la limpieza dentro de su puesto de trabajo. Los trabajadores se retrasan en sus labores, esto es porque existen elementos innecesarios que no están en su lugar correspondiente, al mismo tiempo esto representa un peligro ya que pueden ocasionar accidentes.

Manrique (2015) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo Servperf en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro venta, mantenimiento y reparación de motocicletas del distrito de Huaraz, 2015*. Tuvo como objetivo general: describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo Servperf en las micros y pequeñas empresas del sector servicios-rubro venta, mantenimiento y reparación de motocicletas en el distrito de Huaraz. Objetivos específicos: Determinar las principales características de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro venta, mantenimiento y reparación de motocicletas en el distrito de Huaraz. (b) Identificar las características de gestión de calidad en las micro y

pequeñas empresas del sector servicios - rubro venta, mantenimiento y reparación de motocicletas del distrito de Huaraz. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva – cuantitativa y un diseño transeccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 297 clientes (6 talleres mecánico de motos), de los cuales se decidió trabajar con el 100% de la población por ser un número reducido, a quienes se les aplico un cuestionario de 21 preguntas cerradas por medio de la encuesta; de los cuales se obtuvo los siguientes resultados: el 43,3% manifiesta tener de 28 a 37 años de edad. el 92.6% son de sexo masculino. el 36.0% manifiesta tener un grado de instrucción superior universitario. el 53.9% manifiesta estar en ni de acuerdo, ni desacuerdo sobre las instalaciones físicas de la empresa mecánica de motocicletas son visualmente atractiva. el 55.9% manifiestan en estar ni de acuerdo, ni desacuerdo que las empresas de motocicletas, cuenta con equipos y herramientas modernos para brindarle un buen servicio. el 44.4% manifiesta que ni de acuerdo, ni desacuerdo que el personal de venta de la empresa mecánica de motocicleta tiene apariencia pulcra. el 42.4% manifiesta estar ni acuerdo, ni desacuerdo que la empresa mecánica, tiene materiales de comunicación relacionados con el servicio. el 44.8% manifestó estar ni de acuerdo, ni desacuerdo que la empresa mecánica se compromete en brindarle un servicio adecuado respetando el tiempo prometido. el 37.4% manifiesta estar de acuerdo que la empresa mecánica muestra la precisión interés en él y resolverlo, el problema en su motocicleta. el 40.4% manifiesta no estar ni de acuerdo, ni desacuerdo que la empresa mecánica de motocicleta solucione sus reclamos a la brevedad posible. el 39.4% manifiestan estar de acuerdo que la empresa mecánica de motocicleta se preocupa por minimizar errores. el 43,8% manifiestan estar de acuerdo que el personal de la empresa mecánica de motocicleta está dispuesto a ayudar siempre. el 43,8% manifiestan estar de acuerdo que el personal de la empresa mecánica de motocicleta está dispuesto a ayudar siempre. el 49,5% manifiestan estar de acuerdo que el personal de la empresa mecánica de motocicleta está siempre dispuestos a responder sus

preguntas. el 38,4% manifiestan no estar de acuerdo, ni desacuerdo que los mecánicos tienen los conocimientos básicos para brindarle un buen servicio. el 45,1% manifiestan estar en de acuerdo que los empleados son competentes. el 40,4% manifiestan estar en de acuerdo que el personal le transmiten siempre confianza. el 52,2% manifiestan estar de acuerdo que el personal está dispuesto a escuchar. el 47,1% manifiestan estar en de acuerdo que los personales están dispuestos a escuchar. el 46,1% manifiestan estar en de acuerdo que el personal tiene horarios accesibles de trabajo para todos sus clientes. el 49,8% manifiestan estar en de acuerdo que los mecánicos comprenden sus necesidades específicas.

Conclusiones: Respecto a las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo servperf en las mypes del rubro venta, mantenimiento y reparación de motocicletas del distrito de Huaraz, se muestran los siguientes resultados, la mayoría de los clientes nos revelan que los empleados o los personales mecánicos no tienen la capacidad suficiente para resolver problemas que se presentan en los establecimientos de la empresa mecánica motivo por lo cual los clientes no vuelven a usar el servicio en dicho empresa mecánica. También se obtuvo resultados eficientes en cuanto al desempeño.

Chunga (2016) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque del kaizen en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro mantenimiento y reparación de vehículos automotores en el distrito de Huaraz, 2016*. Tuvo como objetivo general: describir las principales características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del KAIZEN en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio - Rubro mantenimiento y reparación de vehículos automotores en el distrito de Huaraz, 2016. Objetivos específicos: Determinar las principales características de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro mantenimiento y reparación de vehículos automotores en el distrito de Huaraz; Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque del KAIZEN basado en el modelo de las 5S en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro mantenimiento y reparación de

vehículos automotores en el distrito de Huaraz. Para llevar a cabo esta investigación se utilizó un tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo y diseño de investigación transeccional. La técnica de investigación utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Para el recojo de información se determinó una población de 42 empleados en las mecánicas de la ciudad de Huaraz, la muestra se determinó utilizando la herramienta del muestreo aleatorio o estratificado, dándonos como resultado un total de 42 empleados, donde se aplicó los cuestionarios de 20 preguntas cerradas por medio de las encuestas, de los cuales se obtuvo los siguientes resultados: el 59,52% manifiesta tener entre 21 a 30 años. el 92,86% manifiesta ser de sexo masculino. el 100,00% manifiesta tener un grado de instrucción de superior no universitario. el 50,00% manifiesta que a veces existen elementos innecesarios en los puestos de trabajo. el 61,90% manifiesta que a veces están todas las herramientas arregladas en condiciones sanitarias y seguras. el 54,76% manifiesta que a veces los corredores y áreas de trabajo son lo suficientemente limpias y señalizadas. el 57,14% manifiesta que casi siempre existen lugares específicos para cada herramienta marcados visualmente. el 38,10% manifiesta que a veces los lugares para los artículos defectuosos son fáciles de reconocer. el 40,48% manifiesta que casi siempre es fácil de reconocer el lugar para cada cosa. el 59,52% manifiesta que casi siempre se vuelve a colocar las cosas en su lugar después de usarlas. el 50,00% manifiesta que casi siempre están las áreas de trabajo limpias y se usan elementos apropiados para su limpieza. el 59,52% manifiesta que casi siempre los equipos se mantienen en buenas condiciones y limpios. el 47,62% manifiesta que casi siempre es fácil de localizar los materiales de limpieza. el 35,71% manifiesta que a veces las medidas de limpieza y horarios son visibles fácilmente. el 61,90% manifiesta que casi siempre disponen de toda la información necesaria como normas, procedimientos para la prestación de servicios en su puesto de trabajo. el 64,29% manifiesta que casi siempre se respetan consistentemente todas las normas y procedimientos. el 57,14% manifiesta que a veces están asignadas las responsabilidades de limpieza. el 50,00% manifiesta que casi siempre están los

compartimentos de desperdicios (tachos) vacíos y limpios. el 76,19% manifiesta que casi siempre respetan los procedimientos de seguridad. el 59,52% manifiesta que casi siempre está siendo en la organización, el orden y la limpieza regularmente observada. el 50,00% manifiesta que casi siempre son observadas las reglas de seguridad y limpieza. el 57,14% manifiesta que casi siempre la basura y el desperdicio están bien localizados y ordenados. Conclusiones: Los ambientes de los talleres de mecánicas representan un peligro para los trabajadores de la empresa ya que no aplican una gestión de calidad dentro de las mismas, no existe orden en los talleres de mecánica y tampoco cuentan con un plan de mejora a futuro. Las reglas de seguridad y limpieza son muy importante para que se pueda minimizar los riesgos de accidente en el trabajo, y los trabajadores de los talleres de mecánica en estudio no le dan mucha importancia a la seguridad y la limpieza dentro de su puesto de trabajo. Los trabajadores se retrasan en sus labores, esto es porque existen elementos innecesarios que no están en su lugar correspondiente, al mismo tiempo esto representa un peligro ya que pueden ocasionar accidentes.

Esquivel (2015) en su tesis *Caracterización del clima organizacional como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles del distrito de Chimbote, 2015*, se planteó el siguiente objetivo general: describir las principales características del clima organizacional como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles del distrito de Chimbote, 2015. Objetivos específicos: Determinar las principales características de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, del sector servicios- rubro hoteles del distrito de Chimbote, 2015. - Identificar las características del clima organizacional como herramienta de gestión de calidad bajo el modelo de Likert en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles del distrito de Chimbote. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño no experimental-

Transeccional o Transversal descriptivo. Para el recojo de la información se identificó una población de 260 trabajadores, de los cuales se escogió una muestra de 112 trabajadores a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas, llegando a los siguientes resultados. El 33.3 % manifiestan tener de 26-35 años de edad. El 87.5% son de sexo masculino. El 40.2% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitario. El 26.8 % manifiesta estar En desacuerdo respecto al conocimiento de la misión, visión y valores de la empresa. El 33.9% manifiesta estar en desacuerdo respecto si los objetivos de la empresa se relacionan con la misión y visión de la empresa. El 30.4 % manifiesta estar en desacuerdo respecto si los objetivos de la empresa están claramente definidos. El 35.7 % manifiesta estar totalmente de acuerdo respecto a que ejecuta sus tareas según los objetivos planteados por la empresa. El 34.8 % manifiesta estar de acuerdo respecto a que le brindan normas y procedimientos para hacer bien su trabajo. El 32.1 % manifiesta estar en desacuerdo con respecto a la preocupación por parte del jefe por entender bien la labor de su empleado. El 34.8% manifiesta estar de acuerdo con respecto a que existe ayuda entre los compañeros para lograr los objetivos trazados por la empresa. Se concluye que, Existe un nivel no aceptable de clima organizacional según la perspectiva de los empleados del sector hotelero de Chimbote. Es decir, los empleados consideran que su ambiente de trabajo no les permite satisfacer las necesidades y expectativas. Respecto a las características del clima organizacional en los hoteles de Chimbote, los resultados del estudio nos muestran que los empleados no tienen conocimiento de la misión, visión y valores de la empresa. A la vez manifiesta desconocer si los objetivos de la empresa se relacionan con su misión y visión. También se observan que ejecutan sus actividades según los objetivos planteados por la empresa por la existencia de algunas normas y procedimientos para la ejecución de las tareas. Igualmente, los empleados en su gran mayoría no reciben el apoyo por parte de su superior para resolver algunos problemas que se presentan en el trabajo. A la vez no percibe un trato justo por parte sus superiores. Y no reciben premios por su trabajo realizado

Esto nos afirma la existencia de un ambiente de trabajo regularmente no grato y de irregulares relaciones sociales tanto entre jefes y subordinados.

Beteta (2013) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio - rubro hotelero de la urbanización el pacífico, nuevo Chimbote, 2013*. Se planteó el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio-rubro hotelero de la Urbanización el Pacífico, Nuevo Chimbote, 2013. Objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales en el ámbito de estudio. Describir las principales características de las MYPES en el ámbito de estudio. Describir las principales características de la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio – rubro hotelería de la urbanización Pacífico, de Nuevo Chimbote, 2013. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 100% de MYPES de una población de 6, a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados. El 67% de las personas encuestadas del sector servicio - rubro hoteles, oscilan entre las edades de 30 a 40 años. El 50% son propietarios. El 67% tienen estudios de nivel superior. El 67 % tienen de 4 a 10 trabajadores. El 67% tiene más de 5 años en el rubro. El 50% manifiesta que si ha tenido capacitaciones y la diferencia no ha recibido capacitaciones. El 67% de encuestados opina que la capacitación brinda un mejor servicio. El 100% considera que el servicio que brinda su personal es de calidad. El 100% de los trabajadores están capacitados para brindar un servicio de calidad a clientes que presentan discapacidad. El 100% de los trabajadores considera que un servicio de calidad mejora la productividad. El 100% manifiesta que si está dispuesto a invertir para brindar un servicio de calidad. Conclusiones: La mitad de las MYPES del sector servicio- rubro hotelería de la urbanización El Pacifico, Nuevo Chimbote, 2013, en estudio tienen capacitaciones y la mayoría considera que es imprescindible para poder obtener



un mejor servicio y su personal en su totalidad brinda una atención de calidad y se encuentran capacitados para atender a clientes con discapacidad, considerando que el tener un servicio de calidad mejoraría su productividad en un 100% y estarían dispuestos a invertir en capacitaciones a sus trabajadores en su totalidad, también manifiestan que la totalidad de sus empresas son rentables, la mayoría no logro un nivel de competitividad en el mercado y la totalidad consideran importante al reconocimiento de la empresa.

Betancur (2016) en su tesis Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2016. Se planteó el siguiente objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2016. Objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz. Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 49 establecimientos de denominación peluquerías y otros tratamientos de belleza, según los datos obtenidos de mesa de partes de la SUNAT, a quienes se realizó un muestreo estratificado determinando una muestra de 49 gerentes a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas por medio de la encuesta; del cual se obtuvo los siguientes resultados. El 34,7% manifiestan tener de 31 a 40 años de edad. El 69,4% son de sexo femenino. El 46,9% manifiestan tener un grado de instrucción de nivel superior no universitaria. El 44,9% de los gerentes

encuestados manifiestan que nunca realizan la presentación de ventas del rubro de peluquerías y otros tratamientos de belleza. El 46,9% de los gerentes encuestados del rubro de peluquerías y otros tratamientos de belleza. El 18,4% de gerentes encuestados del rubro de peluquerías y otros tratamientos de belleza, indican que casi nunca han contado con programas de incentivos en la empresa. El 32,7% de los gerentes indican que nunca han llevado a cabo la distribución de muestras gratuitas para una buena promoción de ventas. El 51,0% de gerentes encuestados manifiestan que casi nunca hace entrega de cupones a los clientes. El 42,9% de los gerentes e manifiestan que nunca hacen el ofrecimiento de entrega de reembolso a los clientes. Conclusiones: Las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, son las siguientes: Deficiencia en el uso de medios de publicidad, en un gran porcentaje no realizan ventas personales, carencia en el uso adecuado de promoción de ventas, desconocimiento respecto a la promoción del marketing directo. Por lo que se puede observar una deficiente aplicación de las herramientas de la mezcla promocional en las MYPE estudiadas, debido a que existe un alto porcentaje de desconocimiento de los gerentes.

## **2.2 Bases teóricas**

### **Micro y pequeñas empresas**

La importancia de MYPE se manifiesta desde diferentes ángulos. Primero que nada, es una de las principales fuentes de empleo; Es interesante como herramienta promocional ya que solo requiere una inversión inicial y permite el acceso a bajos recursos. En segundo lugar, puede convertirse potencialmente en un soporte importante para grandes empresas que resuelven algunos cuellos de botella en la producción. Esto da oportunidad para que personas desempleadas y de bajos ingresos generen su propio trabajo y también contribuye a la producción

de grandes empresas, debido a esta importancia el estado peruano promovió la Ley 28015 (2003) en donde define a la micro y pequeña empresa como:

Una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (Texto Unico Ordenado), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (p. 4)

Esta ley propone mejorar el porcentaje sobre las empresas informales, dado que las que se formalizan tendrán mayores posibilidades de posicionarse en el mercado, pues no se tendrán problemas legales, del mismo modo se podrán asociar con otras personas o con otras empresas para lograr mayor competitividad

### **Características de la Ley MYPE 30056**

Sin lugar a duda las leyes en apoyo a las micro y pequeñas empresas son para lograr que estas se formalicen, de hecho, para impulsar su desarrollo se creó la nueva Ley MYPE, que es la Ley 30056 (2013) la cual señala en su artículo 5 que las micro y pequeñas empresas deben categorizarse en función a sus ventas anuales en este sentido se observa que:

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

Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

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

Con la ley 30056 (ley para la promoción del desarrollo productivo y el crecimiento de las empresas), el panorama de las pequeñas y microempresas será diferente este año. La ley aborda muchos de los problemas tipo, como la informalidad, la falta de capital humano calificado, el alto costo de la innovación

### **Importancia de las Micro y pequeñas empresas**

En la actualidad las micro y pequeñas empresas representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas, por su parte Vázquez (2013) da a conocer porque estas empresas son tan importantes:

Generan abundantes fuentes de trabajo.

Minimizan la pobreza mediante las actividades generadoras de ingresos.

Fomentan el espíritu emprendedor y el carácter empresarial de la mayoría de la población.

Del mismo modo son la principal fuente de desarrollo económico para el sector privado.

Finalmente mejora la distribución del ingreso público (párr. 17).

Puedo decir que las micro y pequeñas empresas se utilizan principalmente para crear empleos para muchas familias en situación de pobreza. También es esencial que nuestro país se desarrolle.

### **Gestión empresarial**

El primer lugar el gerente necesita saber que los recursos deben administrarse adecuadamente para tener éxito en el negocio, según Hermosilla (2009) quien nos dice que la gestión es la “acción y efecto de gestionar o

administrar, es decir se trata por lo tanto de la corrección de diligencias conducente al logro de un negocio de un deseo, la noción implica además acciones como gobernar, dirigir, ordenar, disponer u organizar” (párr. 3).

Las micro y pequeñas empresas sí reconocen que la Gestión implica un efecto positivo en el logro de los objetivos, es decir a través de una gestión correcta, se pueden reducir los errores en las operaciones diarias.

### **Gestión de proceso**

Hoy en día, para que una empresa funcione correctamente, sin eventos imprevistos o contratiempos, es necesario mantener la coherencia y la organización. Para ello, la gestión de procesos será una herramienta importante para satisfacer las necesidades de clientes y empleados, según Campos (2016) nos dice que la gestión de procesos es una cuestión de “práctica que se basa en ordenar punto por punto la cadena de trabajo desde que empieza a crearse el producto o servicio hasta que se lanza al mercado, es decir, desde que es una materia prima hasta que se ha transformado en el producto que queremos vender” (párr. 2).

Para que las micro y pequeñas empresas logren la eficiencia en sus resultados, deben aplicar la gestión por procesos, ya que esta herramienta busca reducir los recursos, para luego transfórmalos paso a paso, logrando así buenos resultados.

### **Clases de procesos de gestión**

No todos los procesos de una organización no tienen la misma influencia en la satisfacción del cliente, los costos, la estrategia, la imagen de la marca, la satisfacción del personal. Es práctico clasificar los procesos teniendo en cuenta su impacto en estos ámbitos, al respecto Camisón (2010) establece que:

Procesos Estratégicos: Los procesos estratégicos son aquellos que definen e implementan las estrategias y objetivos de la organización. Los procesos para definir la estrategia son genéricos y comunes a la mayoría de las empresas (marketing estratégico e investigación de mercado, planificación y monitoreo de objetivos, revisión del sistema, monitoreo de tecnología, evaluación de satisfacción del cliente, etc.).

Procesos clave: Los procesos clave son aquellos que agregan valor al cliente o afectan directamente su satisfacción o insatisfacción. Constituyen la cadena de valor de la organización. Los procesos clave también se pueden considerar como aquellos que, si bien no agregan valor al cliente, consumen muchos recursos. Por ejemplo, en un negocio de pasajeros de aerolíneas, el mantenimiento de las aeronaves y las instalaciones es esencial por sus implicaciones para la seguridad, la comodidad de los pasajeros, la productividad y la rentabilidad del negocio.

Proceso de apoyo: Este tipo incluye los procesos necesarios para controlar y mejorar el sistema de gestión, que no puede considerarse estratégico o esencial. Normalmente, estos procesos están estrechamente relacionados con los requisitos de las normas que establecen modelos de gestión. Estos son procesos de soporte, por ejemplo: Auditorías internas de documentación. No conformidades, correcciones y acciones correctivas y Gestión de productos no conformes Gestión de equipos de inspección, medición y prueba (párr. 7).

Las micro y pequeñas empresas aplican los procesos estratégicos, es decir formular estrategias para el logro de sus objetivos, una de ellas es buscar la mejora continua en sus servicios, evaluando mensualmente los resultados y analizando que errores tuvieron para luego corregirlos.

## **La calidad**

Es necesario comprender el concepto de calidad para que la gestión del proceso mejore continuamente, según Francols (2014) nos dice que corresponde a la satisfacción del cliente “el logro de la calidad requiere proporcionar productos o servicios que satisfagan las expectativas del cliente para establecer lealtad con el cliente y de ese modo mejorar la participación en el mercado”. (párr. 2)

Las micro y pequeñas empresas conocen el significado de calidad, pues ello se enfoca en mejorar la satisfacción de sus clientes, claro está que no es una tarea fácil, pero resulta más caro perder clientes que retener a los clientes actuales.

### **Norma de calidad ISO 9001**

El estándar ISO 9001: 2015 es la base del sistema de gestión de calidad - QMS. Es un estándar internacional que se centra en todos los elementos de gestión de calidad que una empresa necesita para tener un sistema eficaz para gestionar y mejorar la calidad de sus productos o servicios, al respecto la Norma ISO 9001 (2015) establece que

La calidad se relaciona más bien con las exigencias de los consumidores con respecto a la satisfacción de sus necesidades. Las necesidades son el conjunto de todas las características de un producto o servicio que tengan importancia para el cliente, algunas de ellas pueden ser implícitas sin que el cliente las exija de manera explícita, pero de todas formas son vitales (párr. 1).

Las micro y pequeñas empresas reconocen las exigencias de los consumidores, por ende, se preocupan por mejorar la calidad de sus servicios, del mismo modo si conocen la Norma ISO, pero les falta un largo recorrido para lograr obtener este certificado.

## **Ventajas de la Norma ISO 9001**

Del mismo modo, se puede decir que una empresa que aplica esta norma ISO en su gestión es responsable ante la empresa, así como de acuerdo con ISO 9001 (2015) nos dice que una empresa Este certificado puede lograr los siguientes beneficios en términos de servicio al cliente:

Primero, se puede generar más lealtad del cliente

Del mismo modo, genera un aumento en su cuota de mercado.

Precios más altos para sus acciones.

Un número reducido de solicitudes de servicio

Los precios más altos

Finalmente, se genera mayor productividad y menores costos (párr. 3).

Las pequeñas empresas pueden generar estrés en la gestión. En la medida en que un pequeño grupo de personas intente realizar muchas tareas simultáneamente, como regulaciones, leyes, producción y ventas, cadenas de suministro, problemas financieros, problemas de calidad, mano de obra, etc. Los flujos de trabajo, la calidad y los procesos constantes permiten a las pequeñas empresas pensar cómo para mejorar su negocio.

## **Gestión de clientes**

Se dice que la calidad es importante para la satisfacción del cliente, pero para eso necesitamos saber cómo administrar a nuestros clientes, de acuerdo con Lira (2009) “proceso de fidelización de los clientes, esto hace que los clientes esporádicos se transformen en clientes fieles que mantienen estrechos vínculos con la empresa y que pueden difundir mensajes positivos y atraer a nuevos consumidores” (párr. 4).



Por otro lado, podemos diferenciar una serie de pasos o etapas que el consumidor da cuando no conoce a la sociedad antes de convertirse en propagandista de nuestras virtudes, porque esta Lira (2009) nos dice que los siguientes pasos son los siguientes:

En primer lugar, encontramos al cliente posible y somos más que un consumidor que ciertamente no nos conoce, pero que pertenece a nuestra región o nuestro mercado.

Luego encontramos al cliente potencial, y es una persona que tiene las características correctas, que quiere comprar nuestro producto o servicio.

Por otro lado, el comprador ha realizado una transacción de compra específica.

Continuamos con el posible cliente, y es él quien nos compra ocasionalmente y también compra de otras compañías competidoras. No somos su principal proveedor.

También lo es el cliente habitual. Nos compra varias veces, pero también de otras compañías.

Del mismo modo, encontramos al cliente exclusivo. Nos compra solo este tipo de productos. No compra a competidores de la industria.

Finalmente, encontramos al cliente de propaganda, y es él quien está convencido de los beneficios de nuestra oferta. Enviar mensajes positivos sobre nuestra empresa a otros consumidores. Eso nos hace propaganda y recomienda nuestro servicio a otros consumidores. Es muy importante cuidarlos, darles información, argumentos y ayudarlos a atraer nuevos consumidores. Por ejemplo, la mayoría de los clientes de los dentistas son recomendados por otros clientes (párr. 3).

Por supuesto, el crecimiento de la empresa es un factor importante para la empresa. Es por eso que la administración de clientes sabrá cómo los clientes han mejorado su percepción de la empresa. Sin embargo, es esencial identificar al cliente potencial y buscar estrategias. para atraparlos

### **Servicio al Cliente**

Para llegar a los clientes de la propaganda, es importante brindar un buen servicio. Antes de eso, necesitamos saber su concepto. Para Aguilar (2010) manifiesta que el servicio “es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia de la imagen y la reputación del mismo”. (párr. 1)

Por su parte Israel (2011) define al servicio al cliente como:

Proceso que consiste en una sucesión de actividades de duración o localización definidas, conseguida gracias a medios humanos o físicos, y materiales, siendo su finalidad, satisfacerla necesidades a la medida de un cliente individual o colectivo, según procesos o comportamientos esperados (p. 22).

Las micro y pequeñas empresas, en los últimos años se han preocupado en proponer nuevas tácticas para un mejor servicio cliente, en este sentido han creado nuevas políticas, programas para mejorar el servicio, de esta manera se ha mejorado significativamente la satisfacción del público objetivo.

### **Dimensiones o características de un buen servicio**

Un buen servicio al cliente ofrece crear una experiencia positiva para el cliente. El cliente no siempre puede obtener los resultados que estaba buscando, pero con un buen servicio al cliente puede hacer que se sienta como un trato justo. Un buen servicio al cliente tiene muchas características que cada empresa

necesita incorporar en su capacitación de servicio al cliente, al respecto Águila (2010)

En primer lugar, menciona que un servicio es más un proceso que un producto.

Luego nos dice que un servicio casi nunca se puede almacenar.

El servicio no puede ser inspeccionado o controlado de manera rígida o inamovible, como con un producto.

La calidad final de un servicio no puede determinarse de antemano.

La información es la materia prima fundamental de casi todos los procesos de servicio. Los servicios resultan u ocurren, no se quedan, tienen un comienzo y un final de tiempo, se terminan de acuerdo al consumo o la demanda.

Los servicios se basan en la confianza entre las personas.

En el sector de servicios, al menos uno o más de los trabajadores que producen o se benefician de él se benefician del tratamiento directo con el cliente o el consumidor final.

Los trabajadores tienen contenido laboral relacionado con la producción, procesamiento, distribución y explotación de información (p.4).

La buena calidad del servicio comienza con una buena actitud de los empleados de la organización, que desean servir al cliente a pesar de las circunstancias adversas de la misma organización, la economía y la sociedad.

### **Requisitos para el servicio de calidad**

Por otro lado, se puede decir que todas las micro y pequeñas empresas no cumplen con los requisitos mínimos para un buen servicio, por eso Quijano (2013) nos dice que, para un servicio excelente, hay requisitos mínimos, a saber:

En primer lugar, el servicio exacto debe ser entregado en el momento y lugar exactos, es el costo de oportunidad para poder satisfacer sus necesidades y expectativas en el momento adecuado.

Canales de comunicación efectivos, a los clientes les gusta escucharlos, prestarles atención, llamarlos por su nombre y monitorearlos en todo momento.

Evalúe y supervise su servicio, siempre tenga mecanismos como encuestas, un buzón de sugerencias, entrevistas, foros, etc., para averiguar cómo proporciona su servicio.

Hacer que el cliente se sienta importante, si el cliente tenía razón antes de hoy, él tiene el poder. El cliente es la razón de ser de nuestra empresa, así que comuníquese con él y explíquele que es importante para la empresa.

Finalmente, el cliente debe ser recompensado, es muy importante reconocer que el cliente apoya a la empresa y, por lo tanto, inventa mecanismos para recompensarlo, así como el empleado del mes también reconoce al cliente del mes y la recompensa (párr. 1).

Las micro y las pequeñas empresas reconocen que estos requisitos mínimos son esenciales para mejorar el servicio. Por lo tanto, se centran en proporcionar el servicio en el momento y momento exactos, ya que esto implica una responsabilidad para con el cliente.

### **Estrategias de medición de servicio al cliente**

Una forma efectiva de posicionarse en la mente de los clientes, es necesario aplicar una serie de estrategias, según Borrego (2009) a saber:

Responda rápidamente a las solicitudes, si es posible menos de 24 horas después de la recepción, la velocidad de su respuesta no solo es muy

apreciada, sino que también demuestra que usted es un verdadero profesional en su área.

Responda rápidamente a las quejas de los clientes. Para resolver su solicitud, esta es su mejor oportunidad para convertir un problema en una oportunidad para obtener un cliente fiel.

Responda las preguntas correctamente, de acuerdo con estudios sobre el servicio al cliente en Internet, las respuestas comerciales a los correos electrónicos enviados por clientes o prospectos son deficientes en más del 60% de los casos.

Respeto lo que promete, es decir, el producto o servicio no solo debe resolver o satisfacer completamente el deseo de su cliente, sino también ofrecer más valor del que él espera, por lo que mi consejo es que siempre supere las expectativas de lo que espera de su compra.

Pide ayuda a tus clientes. Se trata de preguntar a sus clientes por el producto o servicio que compró, si es posible, haga que respondan un breve cuestionario para que puedan responder rápidamente. Hágales saber que el propósito de este cuestionario es mejorar su producto o servicio para brindarle un mejor servicio. Su encuesta también es una referencia positiva para recordarle el buen servicio al cliente que ofrece su empresa.

Nunca diga "no" a sus clientes. Siempre trate por todos los medios de satisfacer las necesidades de sus clientes, elimine las palabras oscuras o negativas en su vocabulario y las de su personal, ya que generan un rechazo del subconsciente en las mentes de sus clientes.

Esto significa que no debe prometer entregas demasiado rápidas si realmente no puede cumplir, simplemente porque su cliente quiere escucharlo decir que es la forma más rápida de resolver problemas y arruinar la reputación de su empresa. Incluya siempre un poco de tiempo

extra para su servicio de entrega, de esta manera, su servicio será percibido como una entrega rápida, como un esfuerzo adicional y positivo de su parte. (párr. 2)

Las micro y pequeñas empresas no descuidan las estrategias mencionadas, ya que siempre responden a las demandas de sus clientes. De la misma manera que el servicio se presta rápidamente, en el momento del servicio es posible dudar y hacer valer sus derechos. MYPES son accesibles y rápidos de resolver.

### **La Gestión de Recursos Humanos**

Es el proceso administrativo aplicado al aumento y la preservación de los esfuerzos, prácticas, salud, conocimiento, habilidades, etc. de los miembros de la estructura, en beneficio de un sujeto, la organización misma y el país en general. Del mismo modo, podemos decir que el proceso de ayudar a los empleados a alcanzar un nivel de desempeño y una calidad de comportamiento personal y social que satisfaga sus necesidades y expectativas personales, al respecto Reina (2015) establece que:

El área de recursos humanos ejerce un rol fundamental en la alineación del personal a la estrategia y el cumplimiento de los indicadores de gestión. Debe procurar que los equipos de trabajo sean de alto rendimiento y construyan entre ellos la comunicación, la confianza y el respeto que se necesita para que el fin común que los agrupa se cumpla con excelencia (párr. 6).

Podemos decir que el área de recursos humanos, quizá no está presente en las micro y pequeñas empresas, pero son los líderes quien deben promover e cambio en los miembros de la empresa, buscar generar confianza, medir los resultados de cada uno de los logros del personal.

## **Gestión del capital humano para mejorar la calidad del servicio**

Del mismo modo para que el servicio al cliente sea eficiente es necesario contar con un capital humano de excelencia, por ende, es importante que los representantes capaciten continuamente al personal en este tema tan importante, al respecto Pérez (2016) manifiesta que la gestión del capital humano se trata de:

La práctica que se basa en ordenar punto por punto la cadena de trabajo desde que empieza a crearse el producto o servicio hasta que se lanza al mercado. Es decir, desde que es una materia prima hasta que se ha transformado en el producto que queremos vender (párr. 4).

Por su parte Sánchez (2016) manifiesta que para un mejor servicio al cliente es necesario contar con un:

Capital humano de excelencia, se debe crear equipos de venta fuertes, expertos, para ellos se debe capacitar sobre cómo vender nuestros productos y servicios, de esta forma crecerá la cartera de clientes, es evidente que entre más cierres se tenga, se llevan los ingresos (párr. 5).

Las pequeñas organizaciones deben crear programas de entrenamiento al personal, puesto que de esto depende de que se dé un mejor servicio al cliente, sin duda un equipo con buenas capacidades y un objetivo en común es la mejor arma para derrotar a la competencia.

## **Beneficios de tener el mejor capital humano**

El capital humano es el factor principal para que las empresas tengan éxito. Por lo tanto, es necesario trabajar en ello, según Pérez (2016) si gestionamos el capital humano adecuadamente, podemos obtener los siguientes beneficios:

Primero, reduce significativamente la brecha entre las habilidades requeridas por la organización y la disposición del colaborador.

También permite la mejora continua para lograr una mayor eficiencia y efectividad.

Promoviendo una cultura de alcanzar las metas organizacionales con un desempeño superior.

Mejor cultura organizacional y ambiente de trabajo.

Mayor satisfacción laboral de los empleados.

Disminución de la rotación de personal y mayor retención de talento clave (p. 2).

Por supuesto, gracias al capital humano, las micro y pequeñas empresas pueden diferenciarse de sus competidores. En este caso, el servicio al cliente depende de ello, por lo que también podemos decir que el posicionamiento en la mente de los clientes depende del capital humano. Proporcionar una buena imagen.

### **Beneficios de brindar un buen servicio al cliente**

Finalmente, si se ha mejorado el nivel de capacidad de capital humano y se han implementado estrategias para mejorar el servicio al cliente, se pueden obtener buenos resultados, según Tapia (2010), afirmando que los beneficios son:

Primero, sus clientes se vuelven más leales, lo que aumenta la cuota de mercado y la rentabilidad sobre las ventas.

También aumenta las ventas y las ganancias.

Las ventas son más frecuentes y las ventas son más altas.

El número de pedidos aumenta. Mayor repetición de pedidos.

Clientes con mayores volúmenes de compra y más clientes nuevos.

Ahorro en presupuestos de marketing y publicidad.



Menos quejas en un ambiente receptivo, más quejas manejadas y resueltas, más

retención de clientes

Reputación positiva para la organización.

Diferenciación

Mayor moral de los empleados y mayor productividad a medida que los clientes responden mejor a sus iniciativas.

Relaciones mejoradas entre empleados

Menos quejas, absentismo y demoras.

Menos rotación de personal (párr. 3).

Finalmente, gracias a un buen servicio al cliente, las micro y pequeñas empresas han logrado mantenerse y desarrollarse constantemente en su entorno. De hecho, gracias a un buen servicio, aumentan el número de clientes y aumentan las ganancias de la empresa.

### **2.3 Marco conceptual**

#### **Historia de las empresas de limpieza y mantenimiento de embarcaciones pesqueras**

Podemos decir que la industria pesquera ha crecido en los últimos años y la pesca es uno de los poderosos recursos del Perú para la sostenibilidad económica, por ello los servicios de mantenimiento y limpieza de las bodegas de los buques que aparecen en los últimos años. Por otro lado, esta posición ha existido durante varios años, la UTM se creó en 1994, el año de la creación de la Unidad de Gestión de Instalaciones Oceanográficas y Buques Oceanográficos (UGBOIP), esta unidad nació como servicio de soporte y mantenimiento para el BIO Embarcación oceanográfica Hespérides y B / O García del Cid debido a las

crecientes necesidades tecnológicas y logísticas de la investigación marina española. Posteriormente (desde 1999), también se incluye la gestión integral de la Base Antártica Juan Carlos BAE.

### **Empresas dedicadas a los servicios de limpieza y mantenimiento de los almacenes de embarcaciones pesqueras del Perú.**

Los servicios de limpieza de almacenes en buques pesqueros han aumentado considerablemente, en particular debido al aumento considerable en el número de buques en el sector, según el Ministerio de Producción (2017). Dijo que en mayo el sector pesquero registró un aumento del 280% respecto al mismo mes de 2016, alentado por un aumento significativo en el desembarco de recursos hidrobiológicos para consumo humano indirecto.

### **Micro y pequeñas empresas dedicadas a la limpieza y mantenimiento de almacenes de embarcaciones pesqueras.**

Estos son pequeños servicios dedicados a la limpieza de las bodegas de embarcaciones, este trabajo es extremadamente higiénico porque depende de ello, por lo que existe la garantía de calidad, el personal a cargo está capacitado para estas funciones, lo que les permite a las empresas seguir creciendo.

**Servicios:** Limpieza de: tanques de aceite; tanques de agua potable; tanques tanque con lastre; servicio de carpintería; servicios de detección

**Clientes:** COPEINCA, HAYDUK y SIMA

### **Gestión de calidad en el servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas en estudio**

El error común de los representantes es tratar el área de servicio al cliente como el departamento de ventas, por ende si el cliente se pone en contacto con la empresa para pedirle una solución, no se debe intentar ofrecer otro servicio o producto complementario al que solicita ayuda, en su lugar, primero se debe

resolver el motivo de la comunicación con la organización y, opcionalmente, puede beneficiarse, puede ofrecer el complemento, sin que ese sea su principal interés.

### **Gestión**

La gestión empresarial es el conjunto de medidas y estrategias para mejorar la productividad y la competitividad de una empresa. Esta función generalmente es proporcionada por consultores, directores y gerentes.

### **Calidad**

Un producto puede ser técnicamente perfecto, fabricado con los materiales más adecuados y tener un proceso de producción optimizado. Sin embargo, no debe ser aceptado por los clientes a los que se dirige; No tiene éxito en el mercado. Es decir, el concepto de calidad utilizado por los técnicos de la organización (cumplimiento de las especificaciones) y la aceptación del cliente no siempre coincide. Los productos adaptados a sus especificaciones no tienen, por esta sola razón, un éxito.

### **Servicio al cliente**

El servicio al cliente (también llamado servicio al cliente) implica varios pasos y factores. No nos referimos exclusivamente al momento en que un cliente realiza una compra, sino a lo que sucede antes, durante y después de la adquisición de un producto o el uso de un servicio. Un buen servicio al cliente no se trata solo de responder las preguntas de los clientes, sino también de ayudarlo cuando ni siquiera ha pedido nuestra ayuda, anticipando sus necesidades y cubriendo sus necesidades de manera efectiva. Otros aspectos, como la amabilidad, la calidad y la calidez, también influirán en el servicio ofrecido.

## **Satisfacción del cliente**

Hoy en día, la satisfacción del cliente es esencial para las empresas. Cualquiera sea la categoría a la que pertenezcan, ya no es suficiente llegar primero al mercado o involucrar al artista de la moda. Los tiempos han cambiado y con ellos, la forma en que piensan los consumidores, lo que nos ha llevado a cambiar nuestros hábitos de compra. El consumidor de hoy tiene una difícil elección a la hora de comprar un producto o servicio. Delante de él hay 50 marcas del mismo tipo que buscan su preferencia, pero ¿cómo lograr que consuman su producto o servicio? La respuesta es simple: lograr la satisfacción del cliente, aunque seguramente será más difícil de lo que parece.

### **III. HIPÓTESIS**

En el estudio: gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017; no se planteó una hipótesis debido a que es una investigación descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la investigación**

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño

*No experimental – transversal- descriptivo*

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal por qué el estudio “Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017”, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2017)

Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017.

### **4.2 Población y muestra**

#### **a) Población**

La población del estudio estuvo conformada por 11 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017. La cual se obtuvo mediante un sondeo (Ver anexo 3)

**b) Muestra**

La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 11 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017. (Ver anexo 3)

### 4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes	Persona natural o jurídica que representa y asume la responsabilidad de una empresa.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De 18 a 30 años</li> <li>- De 31 a 50 años</li> <li>- De 51 años a más</li> </ul>	Razón
		Genero	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Masculino</li> <li>- Femenino</li> </ul>	Nominal
		Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sin instrucción</li> <li>- Primaria</li> <li>- Secundaria</li> <li>- Superior no universitario</li> <li>- Superior universitario</li> </ul>	Ordinal
		Cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dueño</li> <li>- Administrador</li> </ul>	Nominal
		Tiempo en el Cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 0 a 3 años</li> <li>- 4 a 6 años</li> <li>- 7 años a mas</li> </ul>	Razón



<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Micro y pequeñas empresas	MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Años de permanencia en el rubro	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 0 a 3 años</li> <li>- 4 a 6 años</li> <li>- 7 años a mas</li> </ul>	Razón
		N° trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 a 5 trabajadores</li> <li>- 6 a 10 trabajadores</li> <li>- 11 a más trabajadores.</li> </ul>	Razón
		Personas que trabajan en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas familiares</li> <li>- Personas no familiares</li> </ul>	Nominal
		Objetivo de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar ganancias</li> <li>- Subsistencia</li> </ul>	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente	La gestión en la atención al cliente s buscar una mejora continua los procesos de servicio, para que se pueda lograr un alto grado de satisfacción en ellos.	Término gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		Técnicas modernas de gestión de calidad que aplica:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Benchmarking</li> <li>- Atención al cliente</li> <li>- Lluvia de ideas</li> <li>- Las 5 S</li> <li>- Outsorsing</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal
		Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca iniciativa</li> <li>- Aprendizaje lento</li> <li>- No se adapta a los cambios</li> <li>- Desconocimiento del puesto</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La observación</li> <li>- La evaluación</li> <li>- La escala de puntuaciones</li> <li>- Evaluación 360°</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal
		La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal
		Conoce el termino atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- Tiene cierto conocimiento</li> </ul>	Nominal
		Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal
		La atención al cliente es fundamental para que éste regrese	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal

		al establecimiento		
		Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación</li> <li>- Confianza</li> <li>- Retroalimentación</li> </ul>	Nominal
		Factores de calidad al servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solución eficiente a alguna duda</li> <li>- Rapidez en el servicio</li> <li>- Contar con los equipos e implementos necesarios</li> </ul>	Nominal
		La atención que brinda al cliente es:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena</li> <li>- Regular</li> <li>- Mala</li> </ul>	Nominal
		Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No tiene suficiente personal</li> <li>- Por una mala organización de los trabajadores</li> <li>- Si brindan una buena atención al cliente</li> </ul>	Nominal
		Resultados de una buena atención	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Clientes satisfechos</li> <li>- Fidelización de los clientes</li> <li>- Posicionamiento de la empresa</li> <li>- Incremento de las ventas</li> </ul>	

#### **4.4. Técnicas e instrumentos**

La técnica que se utilizó para recolectar información fue la encuesta, para registrar la información se utilizó un cuestionario estructurado por 22 preguntas relacionadas a los aspectos generales de los representantes (5), de las micro y pequeñas empresas (4), y a la variable en estudio: Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente (13).

#### **4.5. Plan de análisis**

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

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes programas:

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

#### 4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento
<p>¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar las principales características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> . Describir las principales características del gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017.</p>	<p>Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente</p>	<p><b>Población</b> La población estuvo conformada por 11 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017</p>	<p><b>Diseño</b> El diseño de la investigación fue no experimental – transversal-descriptivo – Cuantitativo</p> <p>Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.</p>	<p><b>Técnica</b> La técnica utilizada es la encuesta. Instrumentos En el estudio se utilizó el instrumento del cuestionario <b>Plan de análisis de los datos</b></p>

Continua...

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento
	<p>. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017.</p> <p>. Describir las principales características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017.</p> <p>. Elaborar una propuesta de mejora en base a los resultados.</p>	Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente	<p><b>Muestra</b> La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 11 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017</p>	<p>Fue transversal por qué el estudio “Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017”, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2017)</p> <p>Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017.</p>	<p><b>Plan de análisis de los datos</b> Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel, Microsoft Word, para la redacción digital y Acrobat Reader XI, para leer archivos digitales.</p>

#### **4.7 Principios éticos**

Para la investigación se tomaron en cuenta los siguientes principios éticos:

**Protección a las personas:** A las personas que colaboraron brindando información se les respeto sus derechos fundamentales, su dignidad humana, su identidad, la confidencialidad y su privacidad.

**Beneficencia y no maleficencia:** Se les aseguró el bienestar de las personas que nos ayudaron en nuestra investigación y no se les causo ningún daño.

**Justicia:** Se trató equitativamente a todas las personas que participaron brindando información para el proceso de mi investigación.

**Integridad científica:** Se mantuvo la integridad científica ya que se declaró los conflictos de interés en la investigación, además no se declararon daños a las personas que me apoyaron en mi investigación.

**Consentimiento informando y expreso:** Todas las personas que ayudaron en mi investigación lo hicieron con todo su el consentimiento, utilizando su información solo para fines específicos establecidos en mi informe.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

Tabla 1

*Características del representante de las micros y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.*

<b>Datos generales:</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Edad (años)</b>		
18 – 30	8	72.73
31 – 50	1	9.09
51 años a más.	2	18.18
Total	11	100.00
<b>Genero</b>		
Femenino	2	18.18
Masculino	9	81.82
Total	11	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	0	0.00
Superior no universitaria	1	9.09
Superior universitaria	10	90.91
Total	11	100.00
<b>Cargo</b>		
Dueño	2	18.18
Administrador	9	81.82
Total	11	100.00
<b>Tiempo en el Cargo</b>		
0 a 3 años	1	9.09
4 a 6 años	3	27.27
7 años a más	7	63.64
Total	11	100.00

*Fuente* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.



Tabla 2

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.*

<b>De la Empresa:</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)</b>		
0 a 3 años	3	27.27
4 a 6 años	1	9.09
7 años a más	7	63.64
Total	11	100.00
<b>Número de colaboradores</b>		
1 a 5	2	18.18
6 a 10	5	45.45
11 a más	4	36.36
Total	11	100.00
<b>Personas que trabajan en su empresa</b>		
Familiares	2	18.18
Personas no familiares	9	81.82
Total	11	100.00
<b>Objetivo de la empresa</b>		
Generas ganancias	10	90.91
Subsistencia	1	9.09
Total	11	100.00

*Fuente* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.

Tabla 3

*Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.*

<b>Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Termino gestión de calidad</b>		
Si	10	90.91
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	1	9.09
Total	11	100.00
<b>Técnicas de gestión que aplica</b>		
Benchmarking	4	36.36
Atención al cliente	1	9.09
Lluvia de ideas	1	9.09
Las 5 S	0	0.00
Outsorsing	5	45.45
Total	11	100.00
<b>Dificultades del personal en la gestión</b>		
Poca iniciativa	2	18.18
Aprendizaje lento	0	0.00
No se adapta a los cambios	1	9.09
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Otros	8	72.73
Total	11	100.00
<b>Técnicas para medir el rendimiento</b>		
La observación	6	54.55
La evaluación	3	27.27
La escala de puntuaciones	2	18.18
Evaluación 360°	0	0.00
Total	11	100.00
<b>Gestión de calidad mejora el rendimiento</b>		
Si	8	72.73
No	0	0.00
A veces	3	27.27
Total	11	100.00

*Continúa...*

Tabla 3.

*Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.*

<b>Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Termino atención al cliente</b>		
Si	11	100.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	0	0.00
Total	11	100.00
<b>Gestión de calidad en el servicio</b>		
Si	9	81.82
No	0	0.00
A veces	2	18.18
Total	11	100.00
<b>Atención es fundamental para que cliente regrese</b>		
Si	11	100.00
No	0	0.00
A veces	0	0.00
Total	11	100.00
<b>Herramientas que utiliza para el servicio</b>		
Comunicación	3	27.27
Confianza	1	9.09
Retroalimentación	7	63.64
Total	11	100.00
<b>Factores de calidad al servicio</b>		
Solución eficiente a alguna duda	2	18.18
Rapidez en el servicio	1	9.09
Contar con los equipos e implementos necesarios	8	72.73
Total	11	100.00
<b>La atención que brinda al cliente es:</b>		
Buena	9	81.82
Regular	2	18.18
Mala	0	0.00
Total	11	100.00

*Continúa...*

Tabla 3

*Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.*

<b>Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Porque da una mala atención</b>		
No tiene suficiente personal	0	0.00
Por una mala organización de los trabajadores	0	0.00
Si brindan una buena atención al cliente	11	100.00
Total	11	100.00
<b>Resultados de una buena atención</b>		
Clientes satisfechos	0	0.00
Fidelización de los clientes	6	54.55
Posicionamiento de la empresa	3	27.27
Incremento de las ventas	2	18.18
Total	11	100.00

*Concluye*

*Fuente* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.

Tabla 4

*Propuesta de mejora a la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.*

<b>Problema</b>	<b>Causa</b>	<b>Solución - Aplicación de mejora</b>	<b>Responsable</b>
El 72.73% de los colaboradores presentan otras dificultades en la implementación de la gestión de calidad	Desconocimiento de los puntos fuertes y débiles de los colaboradores	Crear relaciones interpersonales solidas con el personal, a través de un liderazgo democrático.	Administrador/dueño
El 54.55% miden el rendimiento a través de la observación	Desconocimiento de la aplicación del uso adecuado de otras técnicas para medir el desempeño del personal	Aplicar la evaluación de 360°, esto servirá para identificar competencias, fortalezas y debilidades entre los miembros de un equipo e identifica las necesidades de formación, desarrollo y promoción de los trabajadores.	Administrador/dueño
El 72.73% consideran que el factor para la calidad del servicio es contar con los equipos e implementos necesarios	En este caso el personal manifestó que en ocasiones no se cuenta con el equipo e implemento necesario para brindar un mejor servicio al cliente	Realizar reuniones constantes con los trabajadores para buscar soluciones sus inquietudes o deseos. Adquirir los implementos necesarios para brindar más seguridad al trabajador debido a que si trabajador con buenas condiciones laborales, se sentirá motivado, valorado y con ganas de trabajar.	Administrador/dueño

## 5.2 Análisis de resultados

Tabla 1

### *Características generales de los representantes legales de la micro y pequeña empresa*

El 72.73% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, esto contrasta con Esquivel (2015) quien manifiesta que el 33.3% manifiestan tener de 26-35 años de edad, así mismo con Betancur (2016) el cual muestra que, el 34,7% manifiestan tener de 31 a 40 años de edad, del mismo modo con Portocarrero (2016) quien muestra que el 59,52% tienen entre 21 a 30 años, así mismo con Manrique (2015) quien establece que el 43,3% tienen entre 28 a 37 años de edad, así también con Chunga (2016) quien aporta que el 59,52% tienen entre 21 a 30 años. Esto demuestra que la mayoría son personas que tuvieron en mente triunfar a través de la creación de una empresa, para luego colaborar con puestos de empleo ya sea para sus familiares o persona no familiares.

El 81.82% de los representantes son de género masculino, esto coincide con Esquivel (2015) quien manifiesta que el 87.5% son de sexo masculino, del mismo modo con Portocarrero (2016) quien muestra que el 92,86% son de sexo masculino, así mismo con Manrique (2015) quien establece que el 92.6% son de sexo masculino, así también con Chunga (2016) quien aporta que el 92,86% son de sexo masculino. Por otra parte esto contrasta con Betancur (2016) el cual muestra que, el 69,4% son de sexo femenino. Esto demuestra que la mayoría de varones, han demostrado que, desde jóvenes, son capaces de lograr alcanzar el éxito, a través de una buena gestión de sus empresas.

El 90.91% de los representantes tiene grado de instrucción superior universitaria, esto coincide con Manrique (2016) quien establece que el 36.0% tienen grado de instrucción superior universitario, del mismo modo con Beteta (2013) quien muestra que el 67% tienen estudios de nivel superior. Pero se contrasta con

Betancur (2016) el 46,9% manifiestan tener un grado de instrucción de nivel superior no universitaria, del mismo modo con Esquivel (2015) quien manifiesta que el 40.2% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitario, de la misma manera con Portocarrero (2016) quien aporta que el 100,00% tienen grado de instrucción de superior no universitario, así también con Chunga (2016) quien aporta que el 100,00% tienen grado de instrucción de superior no universitario. Esto demuestra que la mayoría son jóvenes con una profesión, este caso son administradores, por ende esta aptos para cumplir con las funciones de empresa, de manera eficiente, además de que son grandes líderes capaces de mejorar el desempeño de sus trabajadores.

El 81.82% de los representantes son los administradores, esto contrasta con Beteta (2013) quien muestra que el 50% son propietarios. Esto demuestra que la mayoría son los administradores del negocio, y además son los fundadores de las empresas, del mismo modo estos jóvenes si están realizando una buena gestión, por lo cual a empresa crece sosteniblemente.

El 63.64% de los representantes tienen en el cargo más de 7 años, el 27.27% entre 4 a 6 años, y el 9.09% tiene entre 0 a 3 años. Esto demuestra que la mayoría llevan este determinado tiempo, porque hace mucho que formaron sus empresas, y han demostrado que son buenos administradores, por ello aún siguen en competencia en el rubro.

## Tabla 2

### *Características de las micro y pequeñas empresas*

El 63.64% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años, esto contrasta con Beteta (2013) quien muestra que el 67% tiene más de 5 años en el rubro. Esto demuestra que la mayoría de las empresas, han mejorado el prestigio de su marca, puesto que llevan varios años en el rubro, se puede decir

que este determinado tiempo, les ha servicio a los jóvenes empresarios, para adquieran una gran experiencia, y de esta manera poder mejorar sus estrategias.

El 45.45% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores, esto coincide con Beteta (2013) quien muestra que el 67% tienen de 4 a 10 trabajadores. Esto demuestra que minoría relativa, cuentan con determinados trabajadores, puesto que es la cantidad que se requiere para poder organizar las distintas actividades de la empresa, se puede decir que estos trabajadores cumplen con el perfil adecuado para sus puestos.

El 81.82% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando, y el 18,2% a sus familiares. Esto demuestra que la mayoría realizaron una entrevista de trabajo, en la cual aleccionaron a persona son familiares, ya que cumplían con el perfil o tipo de trabajador que requería la empresa.

El 90.91% de las Micro y pequeñas empresas tienen como finalidad de generar ganancias. Esto demuestra que la mayoría se formaron para mejorar sus ganancias, puesto con sus anteriores puestos de trabajo no les alcanzaban para solventar sus gastos personales.

### Tabla 3

#### *Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas*

El 90.91% de los representantes si conoce el término gestión de calidad, y el 9.09% tienen cierto conocimiento. Esto demuestra que la mayoría conoce la gestión de calidad, porque cuentan con profesiones, en donde les enseñaron o llevaron cursos de admiración de empresas.

El 45.45% de los representantes utilizan el Outsorsing como herramienta de gestión, el 36.86% usan el Benchmarking, el 9.09% aplican la lluvia de ideas y el 9.09% la atención al cliente. Esto demuestra que la minoría relativa, aplica



subcontrata otras funciones, para que la empresa se dedique a una actividad mucho más importantes, por ejemplo, se contratan a personal de una servís para el área de limpieza de los equipos e implementos.

El 72.73% de los representantes aseguran que son otras las dificultades que tiene el personal para implementación de la gestión de calidad, el 18.08% considera que el personal tiene poca iniciativa y el 9.09% no se adapta a los cambios. Esto demuestra que la mayoría considera que el personal, no se muestra en confianza con la empresa, por lo cual no puede dar a conocer cuáles son los recursos que les faltan para mejorar su desempeño, por ende la gestión de calidad no se implanta de una manera eficiente.

El 54.55% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación, el 27.27% aplican la evaluación y el 18.18% la escala de puntuaciones. Esto demuestra que la mayoría relativa observan cómo o de qué manera los trabajadores cumplen con sus funciones de mantenimiento de las embarcaciones, a través de ello los administradores designan un poco más de incentivos salariales para que el personal se sienta satisfecho con su labor.

El 72.73% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas y el 27.27% a veces. Esto demuestra que la mayoría considera que la aplicar las herramientas de gestión de calidad, les ha permitido mejorar la productividad y rentabilidad de sus negocios, porque actualmente se cuentan con un personal es calificado para las tareas de la empresa.

El 100.00% de los representantes aseguran que conocen el término atención al cliente. Esto demuestra que la totalidad conocen la atención al cliente, puesto que el mercado actual exige un trato más personalizado a los clientes, con el cual la empresa pueda demostrar su responsabilidad y puntualidad.

El 81.82% de los representantes aseguran que aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, y el 18.18% a veces. Esto demuestra que la mayoría utilizan las herramientas de gestión de calidad para mejorar la atención al cliente, en este caso se aplica una buena atención al cliente, el Benchmarking para mejorar sus procesos de mercadotecnia, y el Outsourcing para facilitar la eficiencia en las actividades más importantes de la empresa.

El 100.00% de los representantes aseguran que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. Esto demuestra que la totalidad, considera que hay que ser eficientes en los procesos de servicio al cliente, para que estos nunca se alejen, y decidan regresar continuamente.

El 63.64% de los representantes utilizan la retroalimentación como herramientas para un servicio de calidad, el 27.27% la comunicación y el 9.09% la confianza. Esto demuestra que la mayoría consideran que la retroalimentación, es decir brindar el servicio y después aclarar las dudas o algunas sugerencias que tuvieron los clientes, es necesario para que estos queden satisfechos.

El 72.73% de los representantes consideran que contar con los equipos e implementos necesarios es un factor de calidad en el servicio, el 18.18% dar solución eficiente a alguna duda y el 9.09% rapidez en el servicio. Esto demuestra que la mayoría consideran que el personal debe contar con los recursos necesarios para mejorar la rapidez en la limpieza y manteniendo de las embarcaciones, de esta manera se puede reducir los costos y el tiempo de entrega del trabajo.

El 81.82% de los representantes consideran que la atención que brindan es Buena y el 18.18% la considera regular. Esto demuestra que la mayoría considera que el servicio que brinda es bueno, se puede decir que a través del tiempo han logrado mejorar la atención al cliente, es decir se aplican la puntualidad, la responsabilidad y transparencia en todos los servicios.

El 100.00% de los representantes consideran que brindan una buena atención al cliente, por. Esto demuestra que la totalidad consideran que no tiene dificultades en la aplicación de una buena atención al cliente, ya que cuentan con un personal bien organizado, además de que estos están bien entrenados y cuentan con los recursos materiales necesarios para una buena labor.

El 54.55% de los representantes han logrado la fidelización de sus clientes gracias a la buena atención al cliente, el 27.27% posicionamiento de la empresa y el 18.18% incremento de las ventas. Esto demuestra que la mayoría relativa han fidelizado más clientes, de esta manera el coste de mantener los clientes actuales es más bajo, es decir consideran que atender a un cliente fiel, supone un ahorro de costes para su empresa, porque en la medida que se conocen mejor sus deseos, cuesta menos atenderle bien.

## **VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1 Conclusiones**

La mayoría de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, son de género masculino, tienen grado de instrucción superior universitario, son los administradores del negocio, y llevan en el cargo más de 7 años.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas, llevan en el rubro más de 7 años, cuentan con 6 a 10 trabajadores, siendo personas no familiares, y tienen como finalidad generar ganancias.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, conocen el término gestión de calidad, utilizan el Outsourcing, aseguran que el personal siente que su trabajo es rutinario, por lo cual dificulta la implementación de la gestión de calidad, así también miden el rendimiento a través de la observación, y afirman que la gestión mejora el rendimiento de la empresa. Por otra parte conocen el término atención al cliente, aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, aseguran que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento, utilizan la Retroalimentación como herramientas para un servicio de calidad, consideran que contar con los equipos e implementos necesarios es un favor de calidad en el servicio, consideran que la atención que brindan es buena, y finalmente han logrado fidelizar a sus clientes gracias a la atención al cliente.

## **6.2. Recomendaciones**

Aplicar la técnica del Benchmarking, para que así puedan mejorar la calidad de sus servicios, en este caso pueden evaluar a las empresas del mismo rubro, y buscar una estrategia que permite alcanzar una ventaja competitiva.

Crear relaciones interpersonales solidas con el personal, a través de un liderazgo democrático.

Aplicar la evaluación de 360°, esto servirá para identificar competencias, fortalezas y debilidades entre los miembros de un equipo e identifica las necesidades de formación, desarrollo y promoción de los trabajadores.

Realizar reuniones constantes con los trabajadores para buscar soluciones sus inquietudes o deseos.

Adquirir los implementos necesarios para brindar más seguridad al trabajador debido a que si trabajador con buenas condiciones laborales, se sentirá motivado, valorado y con ganas de trabajar.

## REFERENCIAS

- Aguilar, J. (2015). *Servicio al cliente*. Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, [http://www.conductitlan.net/psicologia\\_organizacional/servicio\\_al\\_cliente.pdf](http://www.conductitlan.net/psicologia_organizacional/servicio_al_cliente.pdf)
- Betancur, A. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Beteta, Y. (2013). *Caracterización de la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio - rubro hotelero de la urbanización el pacífico, nuevo Chimbote, 2013*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Borrego, D. (2009). *7 Estrategias para mejorar su servicio de atención al cliente*. Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://www.herramientasparapymes.com/7-estrategias-para-mejorar-la-atencion-al-cliente>
- Campos, D. (2016). *La importancia de la gestión por procesos*. Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://blog.cooltra.com/la-importancia-de-la-gestion-por-procesos/>
- Camisón, C. (2010). *La gestión de la calidad por procesos*. Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://www.mailxmail.com/curso-gestion-calidad-procesos-tecnicas-herramientas-calidad/tipos-procesos>
- CEDEC, (2015). *Una mala atención al cliente podría dañar mucho a tu negocio*. Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://cedecpymes.org/una-mala-atencion-cliente-podra-danar-mucho-a-tu-negocio/>

- Chunga, A (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque del kaizen en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro mantenimiento y reparación de vehículos automotores en el distrito de Huaraz, 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Esquivel, S. (2015). *Caracterización del clima organizacional como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles del distrito de Chimbote, 2015*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Formanchuk, F. (2014). *Grandes Pymes*. Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, [http://www.grandespymes.com.ar/2014/05/13/problemas de comunicación - interna-en-la-empresa-latinoamericana/](http://www.grandespymes.com.ar/2014/05/13/problemas-de-comunicacion-interna-en-la-empresa-latinoamericana/)
- Francols, J. (2014). *Calidad*. Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <file:///C:/Users/Shirley/Downloads/calidad-606-k8u3gj.pdf>
- Hermosilla, T. (2009). *GESTION*. Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://administracionudla.blogspot.pe/2009/11/gestion.html>
- Israel, G. (2011). *Calidad en la Gestión de servicios*. Maracaibo, Venezuela: Fondo Editorial Biblioteca Vereda del Lago
- Ley N° 28015 (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Disposiciones generales, Artículo 2, definición de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de, <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- Ley N° 30056 (2013). *Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Capítulo I, Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Artículo 5, características de las*

*micro, pequeñas y medianas empresas.* Recuperado de, <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>

Lira, M. (2009). *¿Cómo se puede mejorar el servicio al cliente.* Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/libro/C%C3%B3mo%20mejorar%20el%20servicio%20al%20cliente.pdf>

Manrique, P. (2015). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo Servperf en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro venta, mantenimiento y reparación de motocicletas del distrito de Huaraz, 2015.* (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Ministerio de trabajo, (2013). *Importancia de las MYPEs en el Perú.* Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

Norma ISO 9001, (2015). *Las CINCO ventajas de utilizar la Norma ISO 9001:2015.* Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://www.grupoalbe.com/cinco-ventajas-de-utilizar-la-norma-iso-90012015/>

Paulise, L. (2015). *8 factores por los que fracasan el 90% de las Pyme.* Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://destinonegocio.com/pe/economia-pe/8-factores-fracasan-90-pyme/>

Portocarrero, K. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque del kaizen en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro mantenimiento y reparación de vehículos automotores en el distrito de Huaraz, 2016.* (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú



- Pérez, O. (2016). *Importancia de la gestión de talento humano en la empresa*. Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://blog.peoplenext.com.mx/importancia-de-la-gestion-de-talento-humano-en-la-empresa>
- Prado, C. (2016). *5 razones por las que las Pymes no sobreviven*. Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://www.grupoverona.pe/blog/5-razones-por-las-que-las-pymes-no-sobreviven/>
- Quijano, G. (2013). *7 Requerimientos Mínimos para un Excelente Servicio al Cliente*. Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://www.marketingyfinanzas.net/2013/07/7-requerimiento-minimos-para-un-excelente-servicio-al-cliente/>
- Sánchez, M. (2016). *Servicio y atención a clientes. ¿es posible mejorarlo través de los colaboradores?*. Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://www.visionindustrial.com.mx/industria/capital-humano/servicio-y-atencion-a-clientes-es-posible-mejorarlo-traves-de-los-colaboradores>
- Tapia, C. (2010). *Los beneficios del buen servicio al cliente*. Recuperado el 13 de Julio del 2017 de, <http://negociosybolsa.blogspot.pe/2010/01/los-beneficios-del-buen-servicio-al.html>
- Vásquez, J. (2013). *Importancia de las MYPEs en el Perú*. Recuperado el 21 de Mayo del 2016 de, <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

## ANEXOS

### Anexo 1. Cronograma de actividades.

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Título de la investigación	X														
Hoja de firma de jurado y asesor	X														
Hoja de Agradecimiento	X														
Hoja de Dedicatoria	X														
Resumen		X													
Abstract		X													
Contenido		X													
I. Introducción		X													
II. Revisión de la literatura			X												
2.1. Antecedentes			X												
2.2. Bases teóricas			X												
2.3. Marco conceptual				X											
III. Hipótesis				X											
IV. Metodología					X										
4.1. Diseño de la investigación					X										
4.2. Población y muestra					X										
4.3. Definición y operacionalización de la variable					X										
4.4. Técnicas e instrumentos					X										
4.5. Plan de análisis					X										
4.6. Matriz de consistencia					X										
4.7. Principios éticos					X										
V. Resultados de la Investigación						X									
5.1. Tablas						X									
5.2. Análisis de resultados							X	X							
Conclusiones, recomendaciones y anexos									X						
Presentación del informe final de investigación, artículo científico y ponencia										X	X	X	X	X	X

## Anexo 2. Presupuesto

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
<b>Pasajes</b>	<b>S/. 620.00</b>
<b>Internet</b>	<b>S/. 155.00</b>
Impresión del proyecto	<b>S/. 16.00</b>
Folder manila	<b>S/. 6.00</b>
Lapiceros	<b>S/. 5.50</b>
<b>Otros</b>	<b>S/. 87.00</b>
<b>Total</b>	<b>S/. 1,539.50</b>

### Anexo 3. Población

N°	Razón Comercial	Representantes	Ubicación
1	INNOVACIONES PESQUERAS S.R.L.	Anónimo	Jr.Alfonso Ugarte Mza. P2 Lote. 21 P.J. Miraflores Alto
2	ELECTRICNAVAL S.A.C	Sr. Jorge	Av.Enrique Meiggs Mza. A2 Lote. 31 P.J. Miraflores Alto
3	PREFAME CHIMBOTE S.R.L.	Sr. Walter Alfredo Meneses Bermudez	Jr.Tacna Nro 193 P.J. Florida Baja
4	SERVICIOS NAVALES J.S. E.I.R.L.	Anónimo	Mza. H Lote. 17 Urb. El Trapecio I
5	A Y Q INGENIEROS E.I.R.L	Anónimo	Mza. 21 Lote. 5 P.J. San Juan
6	MULTISERVICIOS MI KARINA E.I.R.L.	Anónimo	Mza. 21A Lote. 9 P.J. Miraflores Bajo
7	NAVANTIA CONTRATISTAS GENERALES E.I.R.L.	Sr. Ponce Vianca Celeste Vidal	Mza. 14 Lote. 11 P.J. El Porvenir Prolong. Aviacion
8	J & C ALFA INGENIEROS E.I.R.L.	Sr. Carlos Ramiro Villarreal Paredes	Av.V.R. Haya De La Torre Nro 3763 A.H. San Juan
9	ELECTRONIC MARINE E.I.R.L.	Sr. Cesar Raul Hidalgo Obregon	Av.Jose Pardo Nro 3028 P.J. Miraflores Alto
10	MULTISERVICIOS GUERRERO	Anónimo	Chimbote
11	REPRESENTACIONES CHUTO E.I.R.L.	Sr. Justo Aguilar Serpa Pascua	Av.Enrique Meiggs Nro 1426 P.J. Florida Baja

## Anexo 2. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

### CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote, 2017.**

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

#### **I.GENERALIDADES**

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

###### **1. Edad**

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

###### **2. Genero**

- a) Masculino
- b) Femenino

###### **3. Grado de instrucción**

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica
- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

**4. Cargo que desempeña**

- a) Dueño
- b) Administrador

**5. Tiempo que desempeña en el cargo**

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

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

**6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro**

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

**7. Número de Trabajadores**

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

**8. Las personas que trabajan en su empresa son:**

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

**2.1. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DEL SERVICIO AL CLIENTE**

**10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?**

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

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

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente
- c) Empowerment
- d) La 5 s

- e) outsourcing
- f) otros
- g) Ninguno

**12. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?**

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

**15. ¿Conoce el termino atención al cliente?**

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

**18. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.**

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

**19. Principales factores que para la calidad al servicio que brinda.**

- a) Solución eficiente a alguna duda
- b) Rapidez en el servicio
- c) Contar con los equipos e implementos necesarios

**20. La atención que brinda a los clientes es:**

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

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

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

**22. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.**

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



### Anexo 5. Hoja de tabulación

<i>PREGUNTA</i>	<i>RESPUESTA</i>	<i>TABULACIÓN</i>	<i>FRECUENCIA ABSOLUTA</i>	<i>FRECUENCIA RELATIVA</i>
<b>a) Respecto a los representantes</b>				
<b>1. Edad (años)</b>	18 – 30	IIIIIII	8	72.70%
	31 – 50	I	1	9.10%
	51 años a más.	II	2	18.20%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>2. Genero</b>	Femenino	II	2	18.20%
	Masculino	IIIIIII	9	81.80%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>2. Grado de instrucción</b>	Sin instrucción		0	0.00%
	Primaria		0	0.00%
	Secundaria		0	0.00%
	Superior no universitaria	I	1	9.10%
	Superior universitaria	IIIIIII	10	90.90%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>3. Cargo</b>	Dueño	II	2	18.20%
	Administrador	IIIIIII	9	81.80%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>4. Tiempo en el Cargo</b>	0 a 3 años	I	1	9.10%
	4 a 6 años	III	3	27.30%
	7 años a más	IIIIII	7	63.60%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>

**b) Respecto a las Micro y pequeñas empresas**

<b>5. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)</b>	0 a 3 años		3	27.30%
	4 a 6 años		1	9.10%
	7 años a más	IIIIIII	7	63.60%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>6. Numero de colaboradores</b>	1 a 5	II	2	18.20%
	6 a 10	IIII	5	45.50%
	11 a más	IIII	4	36.40%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>7. Personas que trabajan en su empresa</b>	Familiares	II	2	18.20%
	Personas no familiares	IIIIIII	9	18.20%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>8. Objetivo de la empresa</b>	Generas ganancias	IIIIIIII	10	90.90%
	Subsistencia	I	1	9.10%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>

**c) Respecto a la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente**

<b>9. Conoce el termino gestión de calidad</b>	Si	IIIIIIII	10	90.90%
	No		0	0.00%
	Tengo cierto conocimiento	I	1	9.10%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>10. Técnicas de</b>	Benchmarking	IIII	4	36.40%

<b>gestión que aplica</b>	Atención al cliente	I	1	9.10%
	Lluvia de ideas	I	1	9.10%
	Las 5 S		0	0.00%
	Outsorsing	IIII	5	45.50%
	Otros		0	0.00%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>11. Dificultades del personal en la gestión de calidad</b>	Poca iniciativa	II	2	18.20%
	Aprendizaje lento		0	0.00%
	No se adapta a los cambios	I	1	9.10%
	Desconocimiento del puesto		0	0.00%
	Otros	IIIIIIII	8	72.70%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>12. Técnicas para medir el rendimiento</b>	La observación	IIIIII	6	54.50%
	La evaluación	III	3	27.30%
	La escala de puntuaciones	II	2	18.20%
	Evaluación 360°		0	0.00%
	Otros		0	0.00%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>13. La gestión de calidad mejora el rendimiento</b>	Si	IIIIIIII	8	72.70%
	No		0	0.00%
	A veces	III	3	27.30%

<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>14. Conoce el termino atención al cliente</b>	Si	IIIIIIIIII	11	100.00%
	No		0	0.00%
	Tengo cierto conocimiento		0	0.00%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>15. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda</b>	Si	IIIIIII	9	81.80%
	No		0	0.00%
	A veces	II	2	18.20%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>17. La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento</b>	Si	IIIIIIIIII	11	100.00%
	No		0	0.00%
	A veces		0	0.00%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>18. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad</b>	Comunicación	III	3	27.30%
	Confianza	I	1	9.10%
	Retroalimentación	IIIIII	7	63.60%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>19. Factores de calidad al servicio</b>	Solución eficiente a alguna duda	II	2	18.20%
	Rapidez en el	I	1	9.10%

	servicio			
	Contar con los equipos e implementos necesarios	IIIIIII	8	72.70%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>20. La atención que brinda al cliente es:</b>	Buena	IIIIIIII	9	81.80%
	Regular	II	2	18.20%
	Mala		0	0.00%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>21. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente</b>	No tiene suficiente personal		0	0.00%
	Por una mala organización de los trabajadores		0	0.00%
	Si brindan una buena atención al cliente	IIIIIIIIII	11	100.00%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>
<b>22. Resultados de una buena atención</b>	Clientes satisfechos		0	0.00%
	Fidelización de los clientes	IIIIII	6	54.50%
	Posicionamiento de la empresa	III	3	27.30%
	Incremento de las ventas	II	2	18.20%
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>100,0%</b>

## Anexo 6. Figuras

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

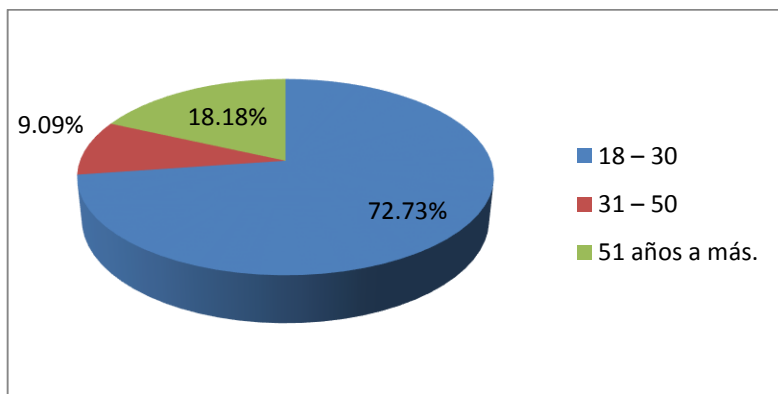


Figura 1. Edad del representante

Fuente: Tabla 1

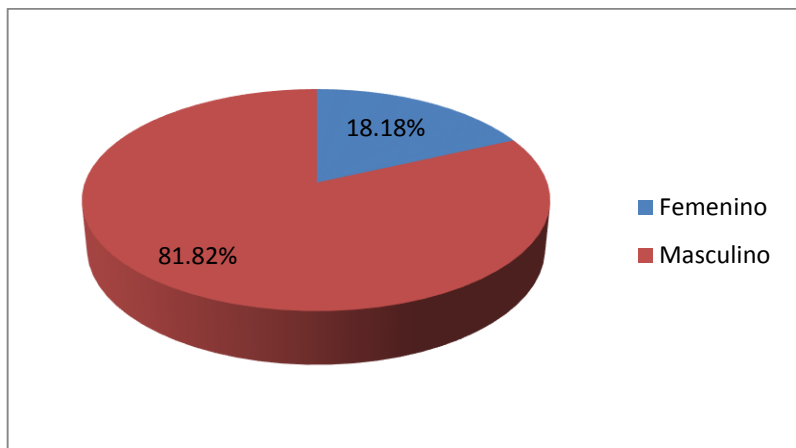


Figura 2. Genero del representante

Fuente: Tabla 1

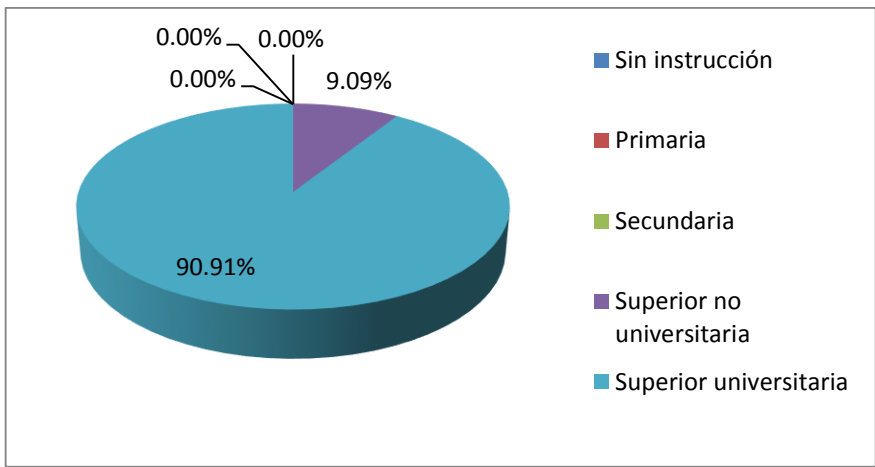


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

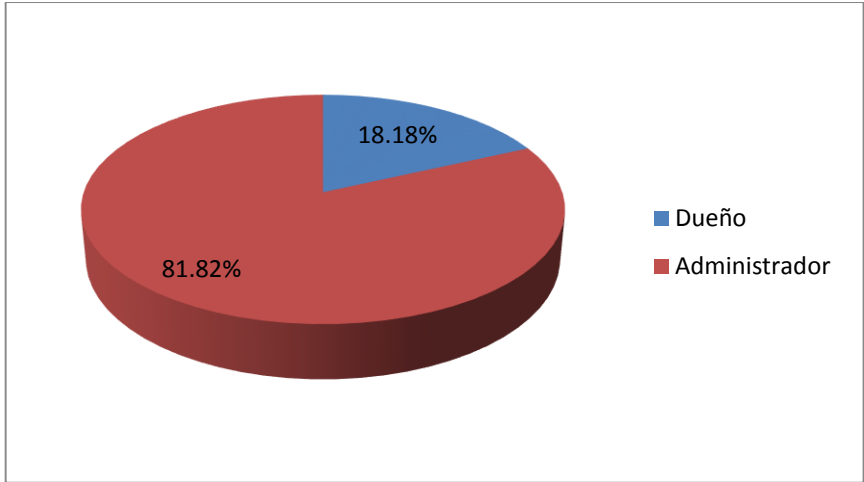


Figura 4. Cargo

Fuente: Tabla 1

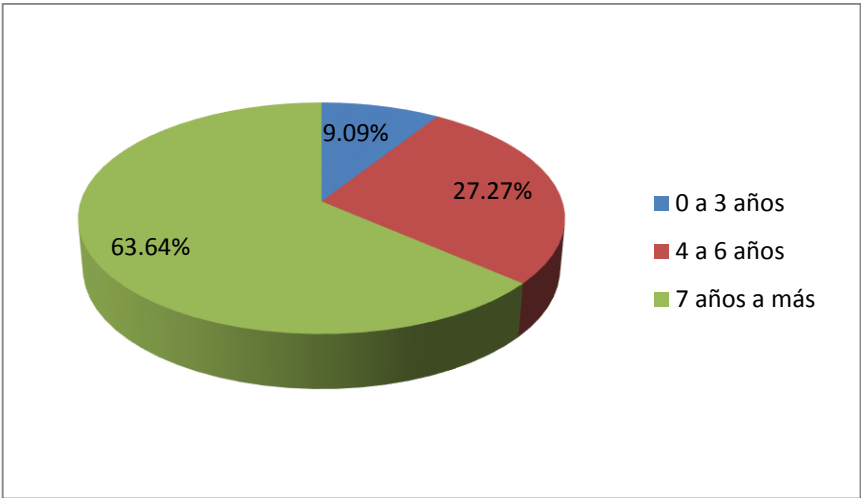


Figura 5. Tiempo en el cargo

Fuente: Tabla 1

b) Referente a las micros y pequeñas empresas:

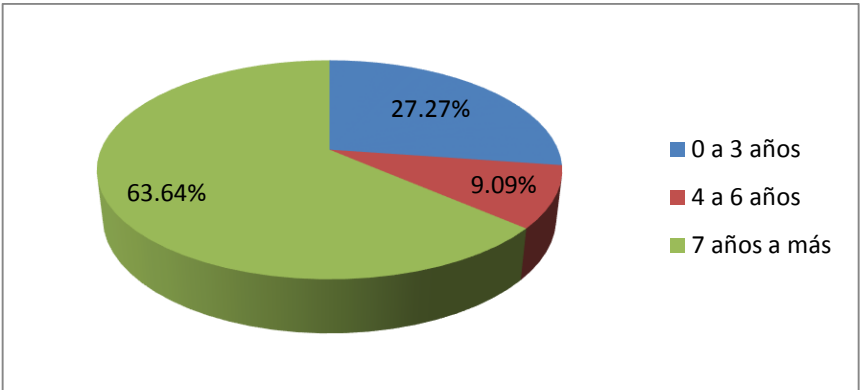


Figura 6. Tiempo en el rubro

Fuente: Tabla 2



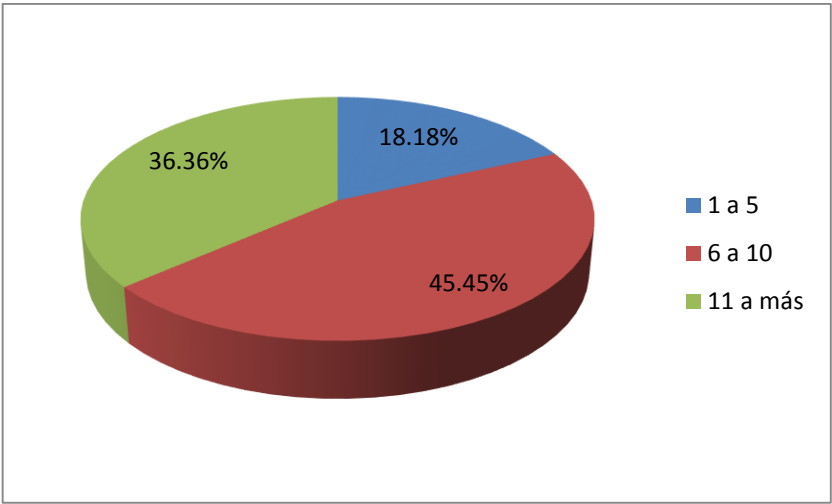


Figura 7. N° de trabajadores

Fuente: Tabla 2

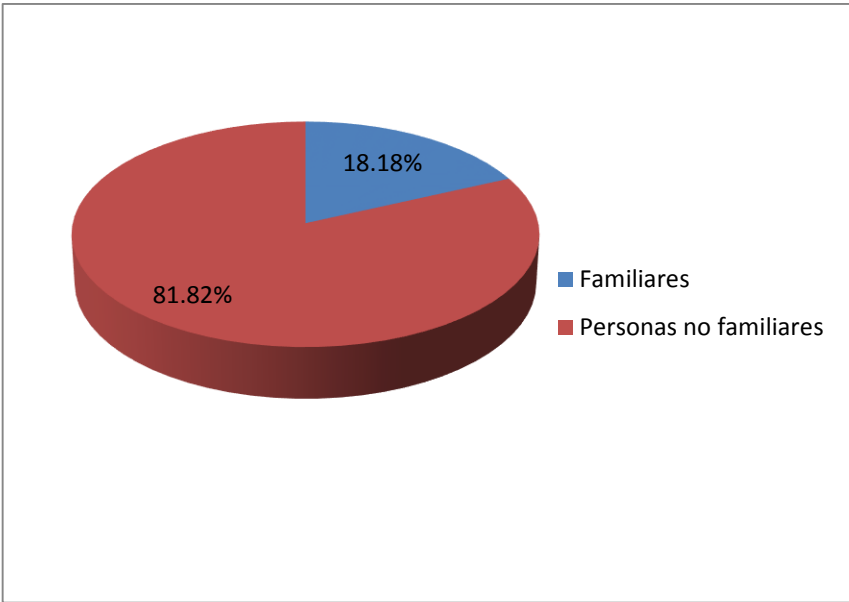


Figura 8. Personas que trabajan en la MYPE

Fuente: Tabla 2

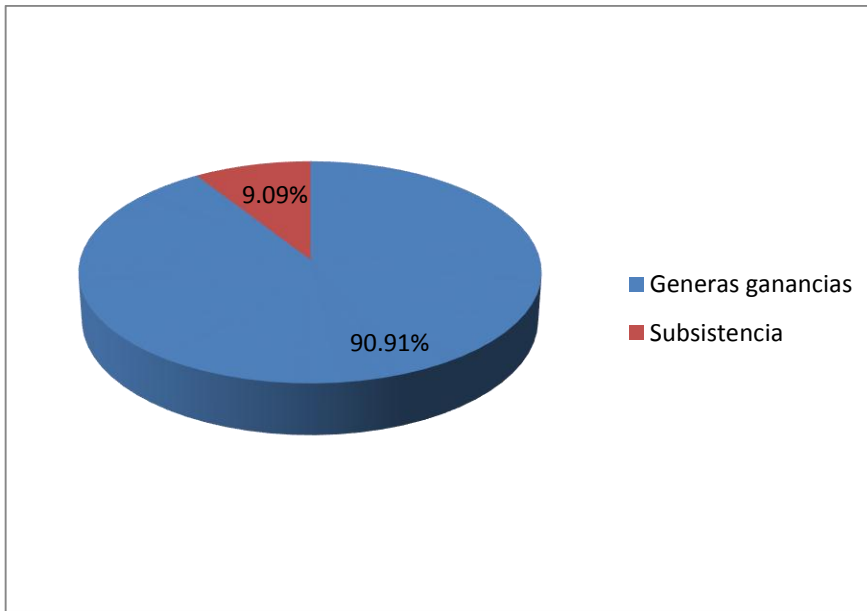


Figura 9. Finalidad de la MYPE

Fuente: Tabla 2

c) Referente a la Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micros y pequeñas empresas:

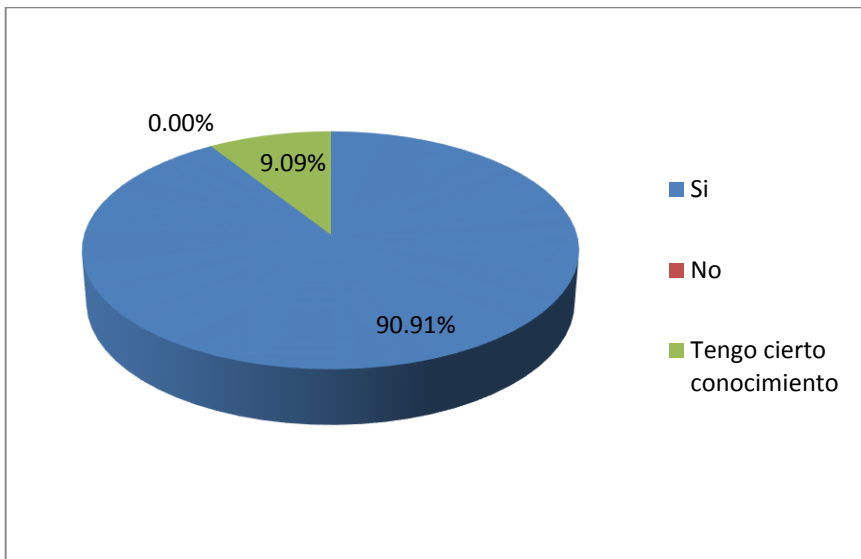


Figura 10. Conocen el término gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

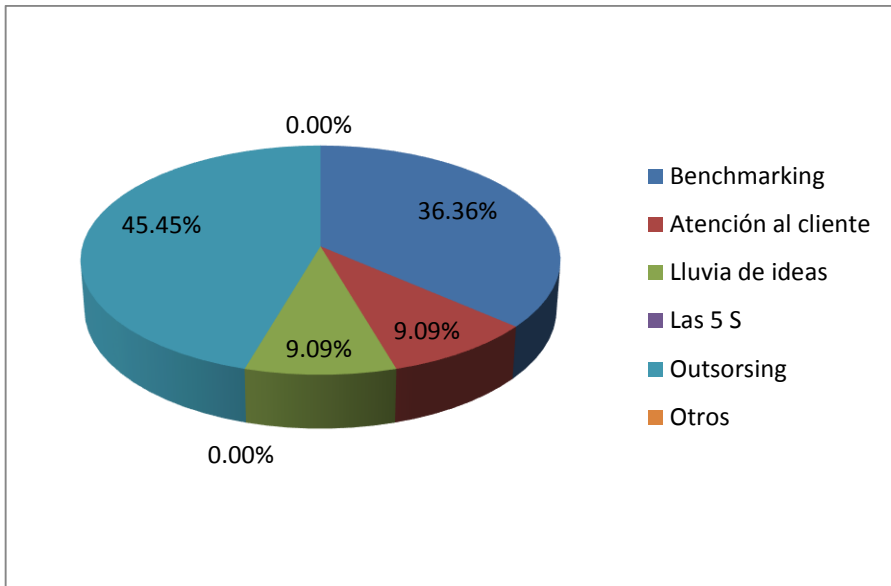


Figura 11. Herramientas de gestión de calidad que aplica

Fuente: Tabla 3

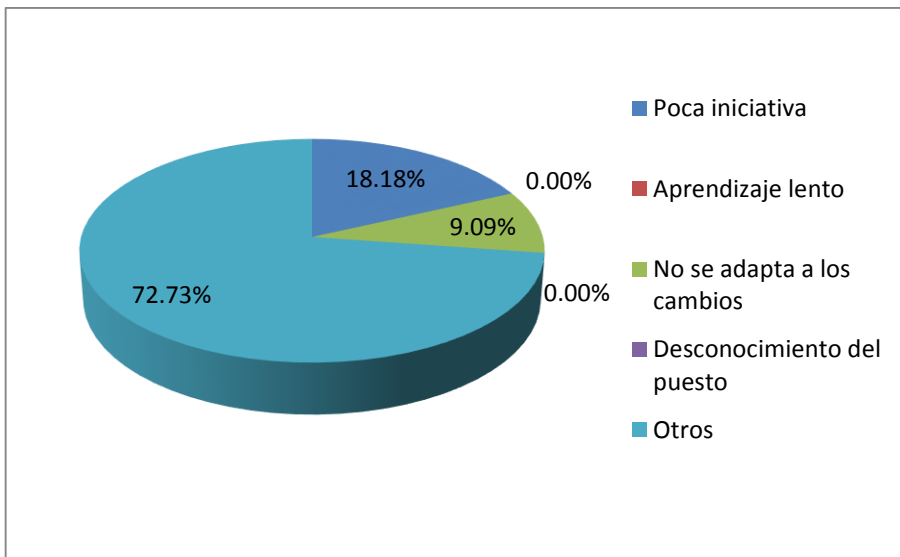


Figura 12. Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

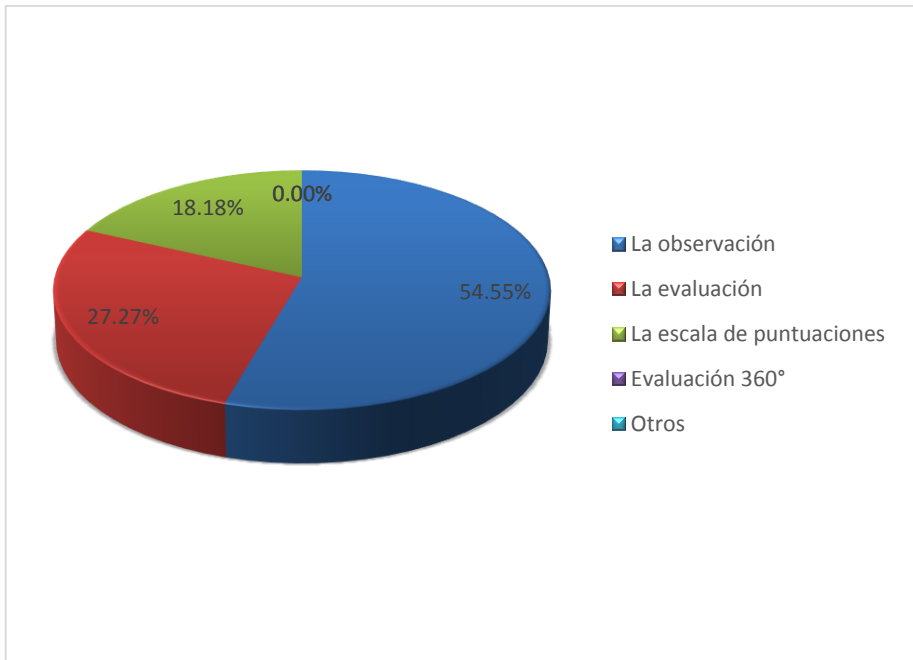


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento

Fuente: Tabla 3

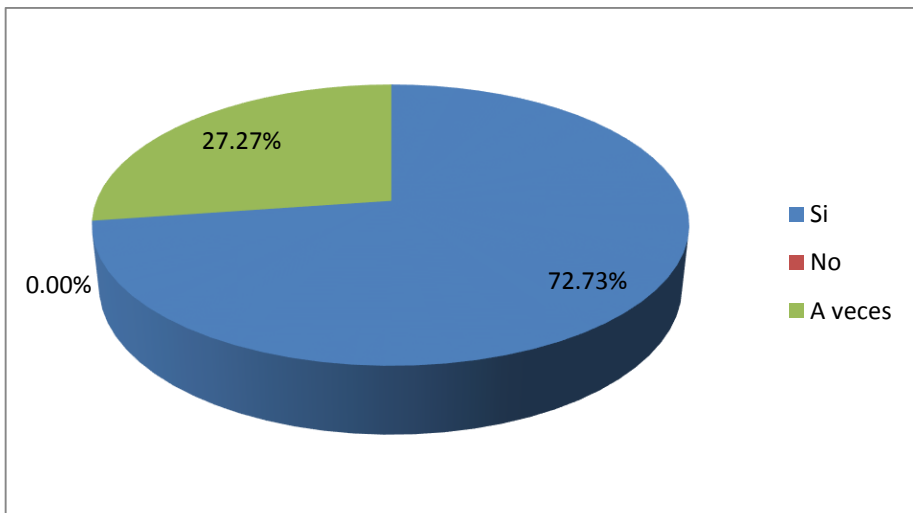


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa.

Fuente: Tabla 3

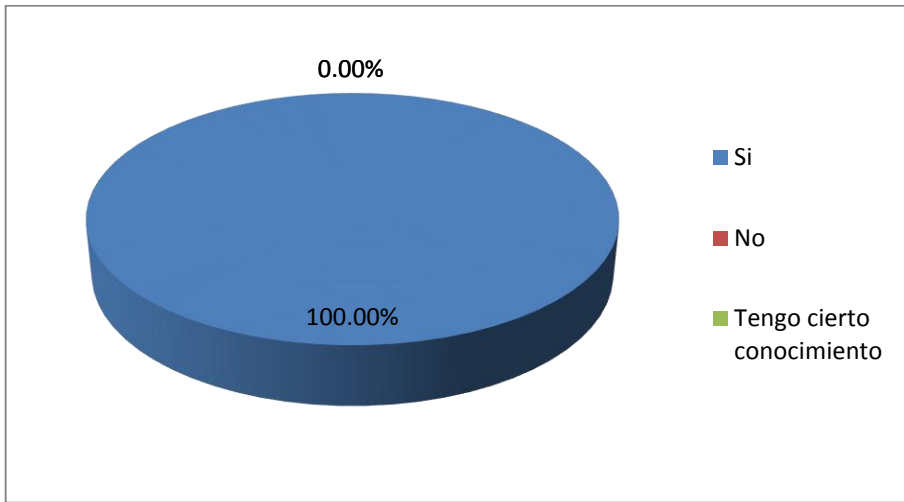


Figura 15. Conoce el termino atención al cliente

Fuente: Tabla 3

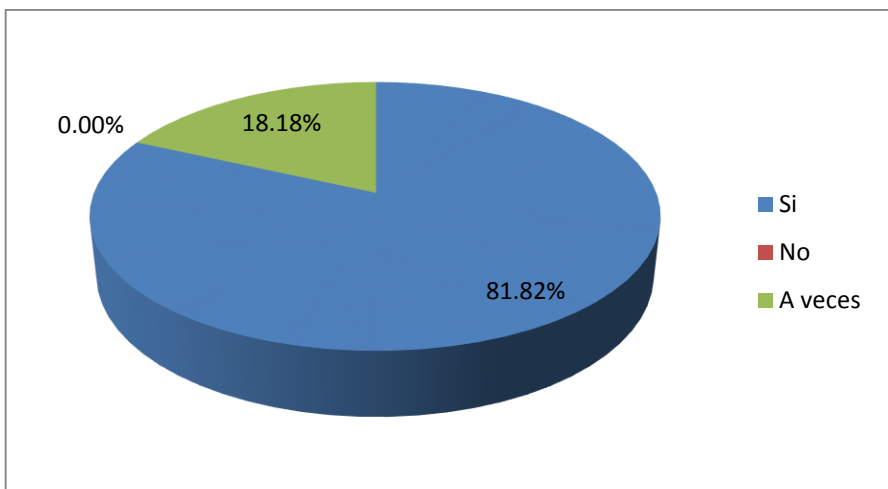


Figura 16. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

Fuente: Tabla 3

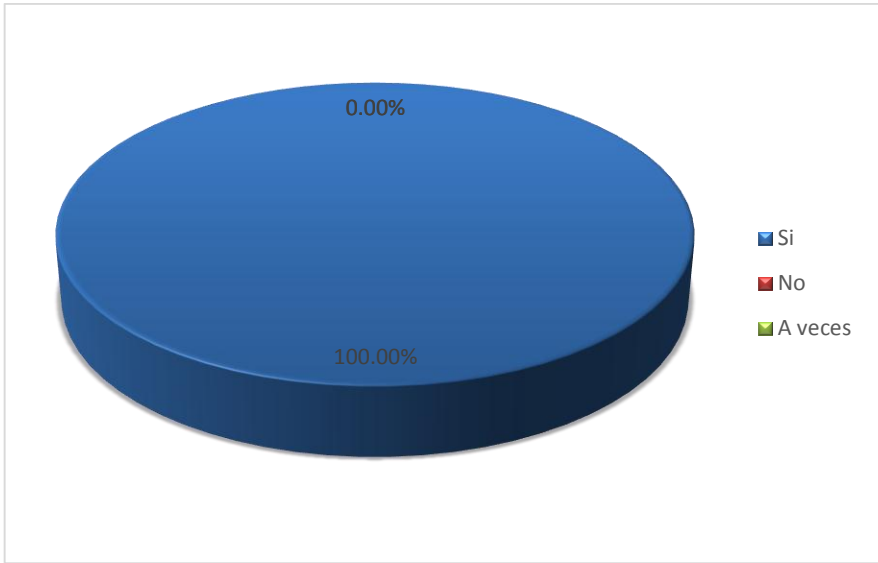


Figura 17. La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento

Fuente: Tabla 3

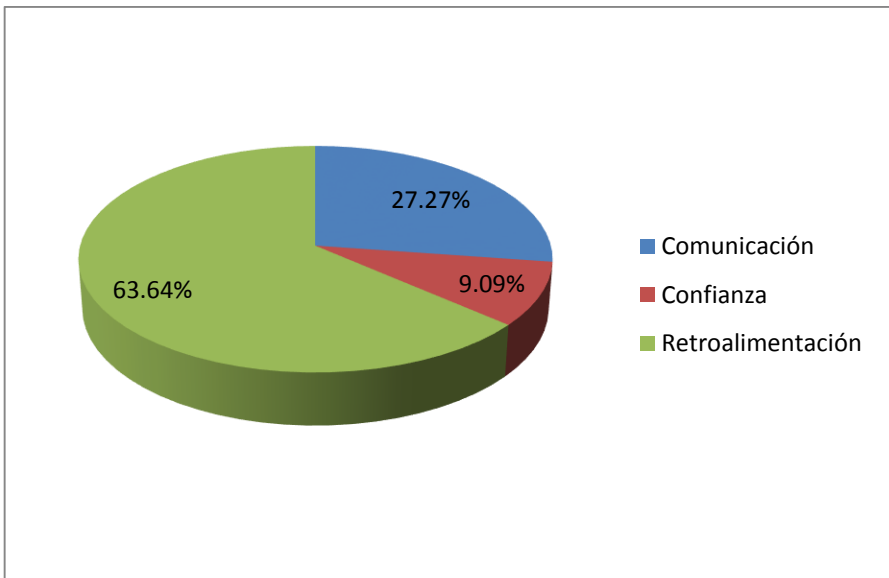


Figura 18. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

Fuente: Tabla 3

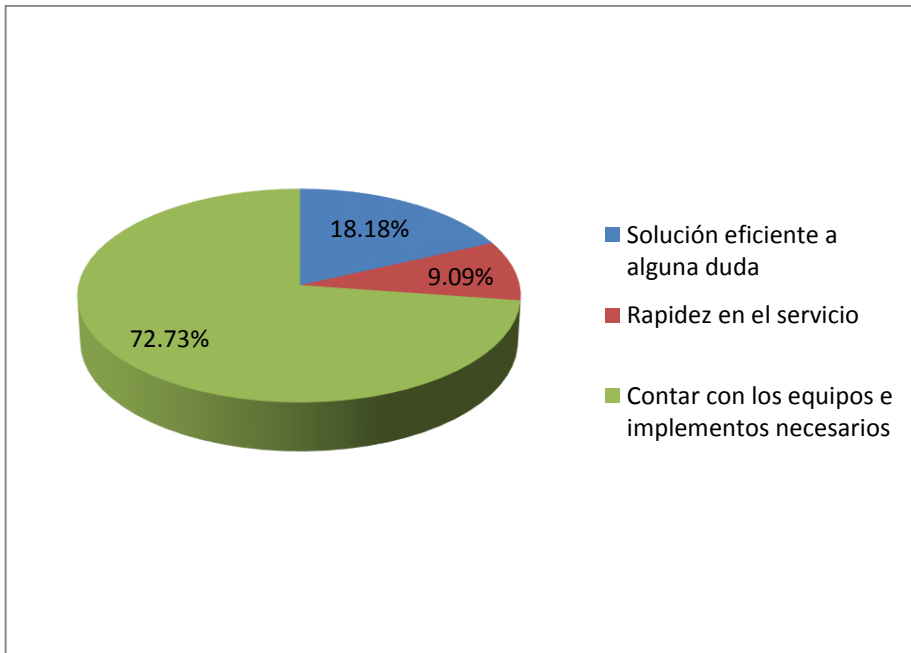


Figura 19. Factores de calidad al servicio

Fuente: Tabla 3

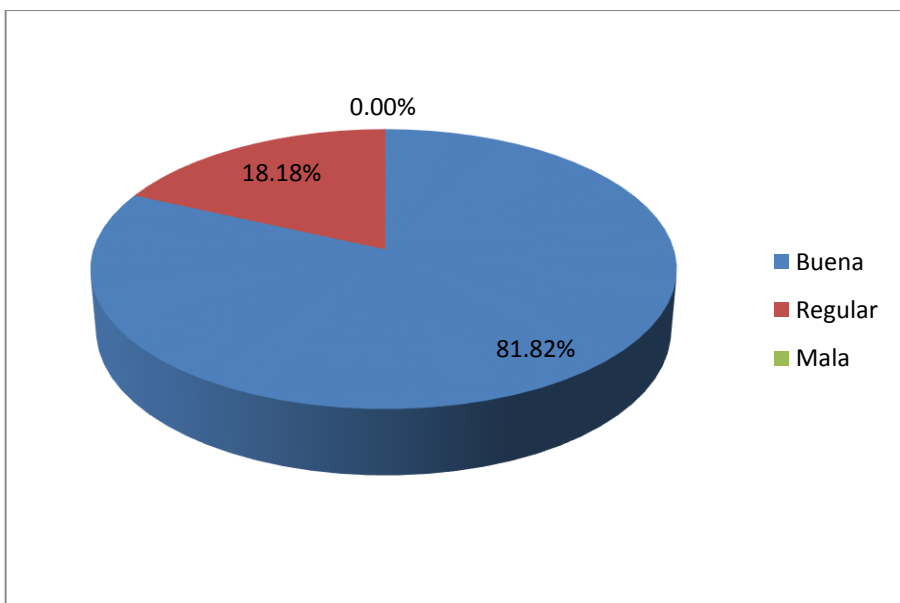


Figura 20. La atención que brinda al cliente es:

Fuente: Tabla 3

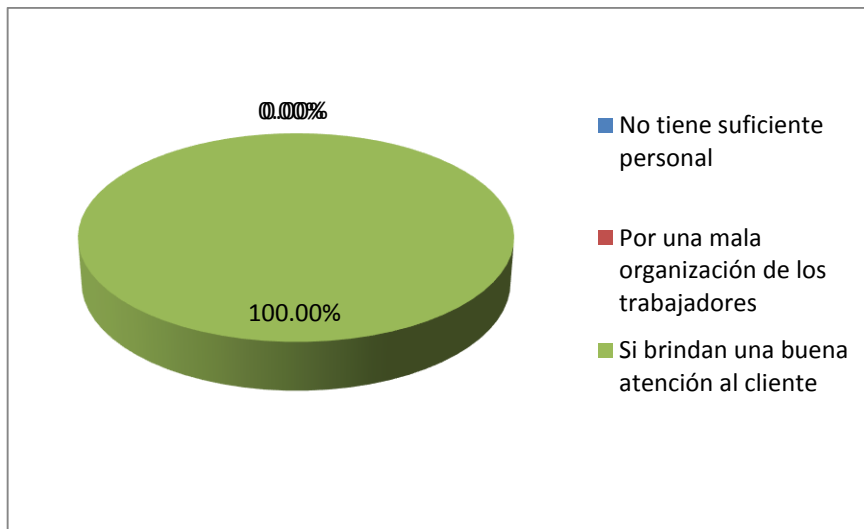


Figura 21. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente Fuente: Tabla 3

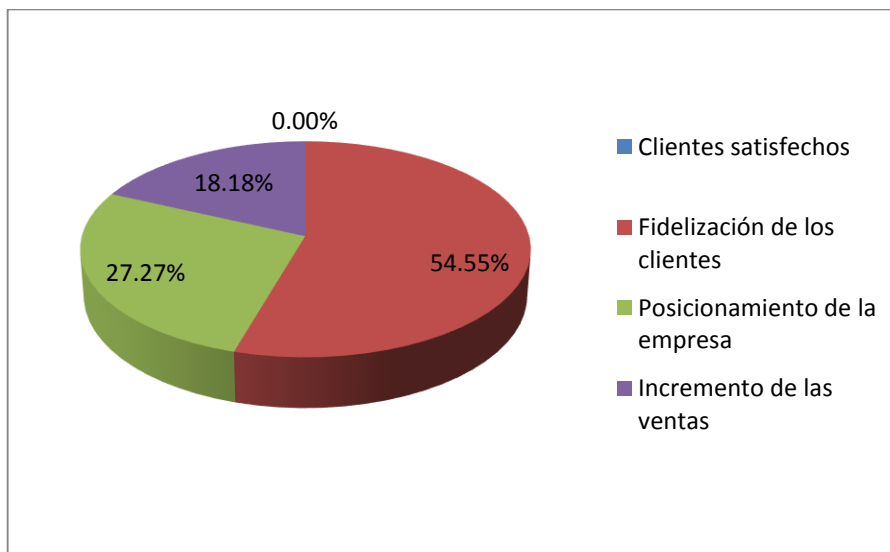


Figura 22. Resultados de una buena atención

Fuente: Tabla 3