



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE INSUMOS
AGRÍCOLAS, DISTRITO DE MORO, 2018

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTORA

GARCIA FLORES, MERLY LISSETH

ORCID: 0000-0001-6066-2565

ASESORA

Mgr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Garcia Flores, Merly Lisseth

ORCID: 0000-0001-6066-2565

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, estudiante de pregrado,
Chimbote, Perú.

ASESORA

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables Financiera y Administrativa, Escuela Profesional de
Administración, Chimbote, Perú.

JURADO

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5774-0374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5774-0374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesora

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por la vida, por la salud que me presta en el día a día, por darme las fuerzas necesarias para seguir adelante, por mis sueños y no rendirme y sobre todo por su amor incondicional de las cual nos ayuda a desechar lo malo y nos conduce por el buen camino.

Asimismo, agradezco a mi padre porque siempre estuvo apoyándome en lo que necesito, por todos sus consejos y hoy en día soy una mujer capaz de sobresalir ante la sociedad, también agradecer a mis hermanos por su motivación para seguir adelante.

Por otro lado, estoy muy agradecida a los docentes que me ayudaron a desarrollar mis conocimientos de las cuales me ayudaron a crecer profesionalmente

DEDICATORIA

Este proyecto le dedico a Dios porque en los momentos difíciles siempre estuvo, está y estará siempre conmigo a donde quiera que yo vaya, porque él es el único amigo fiel en quien podemos confiar y nunca nos va a fallar. También a mis padres por todo el esfuerzo y sacrificio que hicieron para darme lo mejor.

A mis hermanos porque siempre me apoyaron y me motivaron, aun cuando creía que ya no podía más, siempre estaban conmigo dándome palabras de aliento y seguir adelante por sobre todas las cosas.

A mis amigas por su linda amistad durante todos estos ciclos, por otro lado, también agradecer a todos los docentes por compartir sus conocimientos y habilidades y gracias a ello crecer profesionalmente.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018. La investigación fue de diseño no experimental – transversal para recojo de información se utilizó una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 60 % de los representantes tienen una edad de 18- 30 años, El 90% del género de los representantes es masculino, el 50% solo tienen superior no universitaria, el 70% el cargo que desempeña los representantes es administrador, el 100% tiene un número entre 1 a 5 trabajadores, el 60% de los representantes no tienen conocimiento de gestión de calidad , El 50% tienen conocimiento de la técnica las 5s de gestión de calidad, el 50% tienen poca iniciativa para la implementación de gestión de calidad. La investigación concluye que gran parte de los representantes son mayores, en cuanto a gestión de calidad son muchos los que no tienen conocimientos sobre cómo gestionar sus negocios, pero lo hacen de forma empírica.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de Calidad, Micro y pequeñas empresas

ABSTRACT

The present investigation had as a general objective: To determine the characteristics of quality management in customer service in the micro and small companies of the retail trade sector of agricultural inputs, Moro district, 2018. The research was of a non-experimental design - transversal for To collect information, a sample population of 10 micro and small companies was used, to whom a questionnaire of 23 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 60% of the representatives are 18 years old - 30 years, 90% of the gender of the representatives is male, 50% only have a non-university superior, 70% the position of the representatives is an administrator, 100% have a number between 1 to 5 workers, 60 % of the representatives do not have knowledge of quality management, 50% have knowledge of the technique of quality management 5s, 50% have No little initiative for quality management implementation. The investigation concludes that many of the representatives are older, in terms of quality management there are many who do not have knowledge on how to manage their business, but do so empirically.

Keywords: Customer service, Quality Management, Micro and small businesses

CONTENIDO

Titulo de tesis.....	i
Equipo de trabajo	ii
Jurado evaluador y asesor	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Contenido.....	viii
I. Rntroducción.....	1
II. Revisión de literatura	7
III. Hipótesis.....	39
IV. Metodología	40
4.1 Diseño de la investigación	40
4.2 Población y muestra.....	40
4.3 Definición operacional de variable e indicadores.....	41
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	46
4.5 Plan de análisis	46
4.6 Matriz de consistencia	47
4.7 Principios éticos.....	50
V. Resultados.....	52
5.1 Resultados.....	52
5.2 Análisis de los resultados.....	57
VI. Conclusiones	67
Aspectos complementarios.....	68
Referencias bibliograficas	69
Anexos	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.	57
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro 2018.	59
Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de los representantes.....	87
Figura 2. Género de los representantes	87
Figura 3. Grado de instrucción	88
Figura 4. Cargo que desempeña.....	88
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	89
Figura 6. Tiempo de permanencia en la empresa.....	89
Figura 7. Número de trabajadores.....	90
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa.....	90
Figura 9. Objetivo de creación.....	91
Figura 10. Conocimiento de la gestión de calidad	91
Figura 11. Conocimiento de técnicas de gestión de calidad	92
Figura 12. Dificultades que tiene el personal.....	92
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento.....	93
Figura 14. Contribución de la gestión de la calidad al rendimiento.....	93
Figura 15. La gestión de calidad ayuda alcanzar objetivos y metas	94
Figura 16. Conocimiento la atención al cliente.....	94
Figura 17. Aplicación de la gestión de calidad en el servicio	95
Figura 18. Calidad de atención y regreso del cliente	95
Figura 19. Herramientas para el servicio de calidad.....	96
Figura 20. Factores para brindar calidad de servicio	96
Figura 21. Calificación de la atención de calidad	97
Figura 22. Razones por una mala atención al cliente.....	97
Figura 23. Resultados de una buena atención.....	98

I. INTRODUCCIÓN

La importancia de las mypes peruanas es vidente desde diferentes ángulos, en primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo, es importante como herramienta de producción de empleos puesto que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a personas de bajos recursos, además puede constituirse en apoyo importante a la empresa resolviendo todo elemento que disminuye o afecta el proceso de producción, con ello se da oportunidades para que las personas que tiene bajo recursos económicos y no cuentan con empleos puedan empezar a trabajar lo que ayuda a reducir la pobreza en el país y asimismo a contribuir en la producción de las empresas y el crecimiento económico del Perú (Tello, 2014).

El crecimiento económico, entre otros factores, está asociado en forma positiva con la creación de empresas, por ello un aumento de la actividad empresarial conlleva a tasas de crecimiento más alto. El flujo de tasas de empresas en nuevos sectores de la economía y de salidas de empresas en los sectores declinantes pocos rentables es un proceso que reasigna los recursos (trabajo y capital) en el total de la economía hacia sectores y empresas, que indefectiblemente tengan mejoras en la gestión de la calidad, facilitando la modernización del sector empresarial (Chero, 2015).

En la actualidad, la globalización económica ha cambiado la forma de hacer negocios, donde la gestión de calidad, se ha convertido en un factor importante dentro de las micro y pequeñas empresas, para asegurar su permanencia en el mercado y generar satisfacciones a los clientes, buscando la mejora continua.

Los resultados obtenidos por las investigaciones de acuerdo a los autores, son herramientas que van a permitir optimizar los procesos de desarrollo para la organización en las cuales aumente el grado de satisfacción en las empresas, con los procesos de control, planificación y mejoramiento de la calidad, en estas épocas las empresas realizan retos organizacionales, donde les permite evidenciar la importancia de la revisión teórica en los últimos cinco años (Hernández et al., 2018).

En Colombia las MYPEs son imprescindibles participantes estratégicos para el crecimiento económico en este país, actualmente este país se encuentra en camino a la era del subdesarrollo y transformación de las micro y pequeñas empresas dentro de su entorno productivo, que contribuya a una posición competitiva en el marco empresarial a nivel nacional. En términos de gestión de calidad el entorno empresarial de este país se encuentra en pleno desarrollo, por lo cual las empresas están en búsqueda de estrategias que orienten y fortalezcan su crecimiento para una sostenibilidad y rentabilidad; con apoyo de tratados suscritos por el gobierno en algunas microempresas de este país han tomado la iniciativa de insertar un sistema de gestión de calidad con resultados positivos, pues con el tiempo se vuelven más competitivas en el mercado, así como también permite romper barreras comerciales entre otros países, en temas de mejora de servicio al cliente estas micro y pequeñas empresas hacen énfasis en la atención al cliente para lograr una mayor ventaja competitiva y que permita la fidelización de clientes (Méndez, Gonzáles, Hernández, y Flaviis, 2017).

Las micro y pequeñas empresas de América Latina y el Caribe tienen problemas acerca de la baja productividad y una alta informalidad en las empresas en donde el 90% de las unidades productivas, y junto con los trabajadores por cuenta propia generan tres cuartas partes de todos los puestos de trabajo, según el informe; la

tasa de informalidad laboral no agrícola llega a casi 59% en las empresas con menos de 10 empleados, y baja a 14,4% en las que tienen más trabajadores. Asimismo, hay una alta tasa de informalidad entre los trabajadores por cuenta propia, con un tanto de 82% (Salazar, 2015).

En cuanto a la gestión de calidad la situación de las micro y pequeñas empresas en Costa Rica se encuentran en constante desarrollo para lo cual están mejorando mediante la implantación de sistemas de gestión de calidad en dichas organizaciones, estas mediante la adaptación de nuevas tecnologías para la automatización de procesos tradicionales que permitan minimizar la carga operativa de los colaboradores, esto con el propósito de incentivar el recurso humano a pensar en estrategias de gestión y nuevas estrategias de mejora de la calidad en las micro y pequeñas empresas, en términos de atención al cliente se conoce que las micro y pequeñas empresas de este país aplican capacitaciones mediante talleres a sus colaboradores para la mejora de la calidad en el servicio al cliente (Santos, 2018).

En Ancash varias micro y pequeñas empresas están apareciendo, pero solo pocas de ellas sobreviven, el mercado que están competitivo, uno de los grandes problemas con los que cuentan es el escaso conocimiento de gestión de calidad, debido a que los administradores o dueños de los negocios no le toman tanto interés al tema, ni tampoco tiempo para estar informados e investigar acerca de las nuevas tendencias que van apareciendo en el mercado, así como también no evalúan el mercado para hacer un nuevo lanzamiento de un producto o servicio (Vivar, 2016).

En el distrito de Moro, donde se desarrolló la investigación, existen pocas micro y pequeñas empresas las cuales se dedican a la comercialización de ventas de

insumos agrícolas, quienes tienen problemas sobre el desconocimiento de gestión de calidad y atención al cliente porque llevan un proceso inadecuado porque hay personas incapacitadas para este rubro por la falta de experiencia de los representantes además no valoran el tiempo del cliente ya que dan prioridad a otras cosas y menos a los clientes quienes se interesan por comprar un producto.

Por lo tanto, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018? Para dar como respuesta al problema de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características acerca de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas en el distrito de Moro, 2018.

Este trabajo se justifica porque ayudará aquellas personas emprendedoras que están iniciando un negocio en el rubro venta de insumos agrícolas, a tener conocimiento sobre gestión de calidad, por otro lado que los representantes conozcan la importancia

sobre cómo gestionar su micro empresa mediante capacitaciones las cuales permitan que las acciones que realizan las agrícolas se lleven a cabo para mejorar económicamente y sigan siendo rentables a largo plazo, también así mismo para que los empresarios mejoren su gestión, porque servirá como indicador para poder tener en cuenta que es de suma importancia aplicarla ya que esto servirá para el crecimiento de su negocio y así poder obtener un posicionamiento en el mercado.

En conclusión, conocer sobre gestión de calidad favorece a la empresa a generar una mayor eficiencia en la actividades, también a ofrecer altos niveles de satisfacción al cliente, que como empresa pueda aportar eficazmente estrategias de mejora, de esta manera se podrá lograr con el objetivo planificado por las empresas además que ayudará a estimular la moral de los empleados en los cual logremos que los trabajadores se sientan satisfechos y motivados para realizar las actividades correspondientes.

La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo. Fue no experimental porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad en atención al cliente. Fue transversal porque el estudio de investigación se realizó en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un final específicamente el año 2018. Fue descriptivo porque solo describió las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas y gestión de calidad en atención al cliente.

Para el recojo de información se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 23 preguntas: las 5 primeras preguntas se refieren a las características de los representantes es decir a los que están a cargo de la micro empresa, las 4 siguientes

están referidas a las características de las micro y pequeñas empresas y por último las 14 se refieren a las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas dicho cuestionario fue aplicado a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: el 60% de los representantes tienen una edad de 18 a 30 años, el 50% de los representantes no tienen grado superior universitario, el 60% de los representantes desempeñan el cargo de 0 a 3 años, el 60% no tienen conocimiento sobre gestión de calidad, el 50% tienen poca iniciativa para la implementación de gestión de calidad, un 70% tiene conocimiento sobre atención al cliente, por último un 100% consideran que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese. La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad menor, en las cuales no cuentan con un grado superior y tienen muy poca experiencia en el rubro es por ello que desconocen el término gestión de calidad y los representantes tienen muy poca iniciativa para implementar gestión en sus negocios, por otro lado conocen el término atención al cliente y consideran que es importante para el regreso del cliente sin embargo, pero solo lo hacen de forma empírica.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes internacionales

Rivas (2016) en su tesis *Propuesta del sistema de Gestión de Calidad basado en las normas Iso 9001:2015 para la fábrica maquinarias agrícolas del Ecuador (made) Cantón Quevedo año 2017*. Tuvo como Objetivo General: Proponer un sistema de gestión de calidad en la empresa (MADE), basado en las normas ISO 9001:2015, con el fin de mejorar su desempeño orientando al desarrollo sostenible de acuerdo a ello se obtuvo los siguientes objetivos Específicos: realizar el diagnóstico de la situación actual según los requisitos de la norma ISO 9001:2015. Su metodología Medir los actuales niveles de cumplimiento de la norma, sobre los procesos que forman parte del sistema de gestión de la calidad de la empresa MADE y Estructurar manuales de procedimiento de acuerdo a los lineamientos de la norma. En las cuales se obtuvo los siguientes resultados: La organización logró el cumplimiento del 15%, la organización obtuvo un cumplimiento del 20%, mediante el diagnóstico se obtuvo un cumplimiento del 22%, la organización obtuvo un cumplimiento del 28%, la organización obtuvo el cumplimiento del 88%, la organización obtuvo un cumplimiento del 35%, la organización obtuvo un cumplimiento del 16% y se puede apreciar claramente que el nivel de no cumplimiento de la empresa respecto a la norma se ubica en el 32,57%. Conclusiones: En base al diagnóstico de la situación actual realizado a la empresa MADE, se pudo evidenciar que en la empresa no tienen conocimiento mínimo para implementación de dicho sistema, por otra parte el desconocimiento de los empleados, se logró detectar los problemas en las diferentes

áreas de trabajo en lo cual se baja la producción, por falta de un sistema de gestión de calidad, haciendo insistencia a la importancia de la adaptación de un sistema de gestión de la calidad basado en los requerimientos de las normas ISO 9001:2015, El manual de procedimiento a seguir, para dar el cumplimiento a los requerimientos de la norma, describe cada uno de los procedimientos con sus respectivos documentos y registro necesarios para la implementación del SGC, por lo que la empresa no cuenta con ningún manual de procedimientos por lo que no ha implementado las normas ISO, también se desarrolló manuales de funciones y responsabilidades para la empresa MADE, aunque la norma no exige que es obligatoria la documentación.

Galofre (2014) en su tesis *Caracterización epidemiológica de intoxicaciones ocupacionales con plaguicidas químicos de uso agrícola, reportadas al centro de información, Gestión Investigación en Toxicología de la Universidad Nacional de Colombia, en los años 2011 y 2012*. Tuvo como objetivo general: Caracterizar la población ocupacionalmente expuesta que ha sufrido una intoxicación con plaguicidas en Colombia, reportada al Centro de Información Gestión e Investigación Toxicológica de la Universidad Nacional, durante los años 2011 y 2012. y se obtuvo los siguientes objetivos específicos: Describir el comportamiento clínico de intoxicaciones con plaguicidas de uso agrícola en población ocupacionalmente expuesta en Colombia, durante los años 2011 y 2012, Identificar los plaguicidas asociados con estas intoxicaciones. Determinar la severidad de los síntomas manifestados en estas intoxicaciones, Determinar la frecuencia de uso de elementos de protección personal en la población expuesta a estas intoxicaciones. Obteniendo los siguientes resultados: se notó un aumento en la incidencia del 8.75% en el 2012 con respecto al 2011, con 84.7%; además, se aprecia también el fenómeno del trabajo

infantil en la agricultura, Se determinó una amplia presentación de casos en personas de sexo masculino en ambos años 94%, el 81% de los casos reportados, esto indica que las intoxicaciones reportadas se presentaron más frecuentemente en personas que están por fuera del régimen de seguridad social contributivo colombiano, esto seguramente, debido a sus bajos ingresos económicos, Se aprecia una mayor prevalencia de casos en el eje cafetero, los departamentos de Valle del Cauca, Antioquia y la zona andina, con 66% de los casos reportados, el 26.3% refirió el uso completo de estos elementos: overol, monogafas, mascarilla con filtro, guantes, que se mantiene durante el tercero 27.4% para luego descender durante el cuarto, representaron el 64.8% de los eventos. Esto debido a que la agricultura es una actividad fundamentalmente diurna, y los eventos en la jornada de la noche y la madrugada ocurren en los procesos de preparación y mezclas de plaguicidas o durante su transporte y almacenamiento, otros insecticidas representan el 57% de todas las intoxicaciones ocupacionales, Esto fue posible en 94.5% de los eventos, El 75.2% de los individuos afectados fueron observados clínicamente, n 86.5% de los eventos las personas afectadas se recuperaron sin secuelas, en este estudio este fenómeno ocurrió en 64.3% de los eventos, Conclusiones: Los resultados obtenidos luego del análisis de los datos reportan que las intoxicaciones agudas con plaguicidas químicos en agricultores de Colombia, constituyen un problema de salud importante, que requieren diagnóstico y tratamiento oportunos para prevenir sus complicaciones. Son más frecuentes en personas de sexo masculino, jóvenes, en edad productiva, y pertenecientes al régimen de seguridad social subsidiado. El Eje Cafetero, Valle del Cauca, Antioquia, Cundinamarca, Boyacá y Santanderes, son las regiones y departamentos donde se concentró la mayor cantidad de reportes de estas

intoxicaciones, las cuales son agrícolas por excelencia. Es en el proceso de fumigación de cultivos donde se presentan el mayor número de reportes de intoxicaciones agudas, sumado al poco uso de elementos de protección personal.

Mazón (2014) en su tesis *La Gestión Administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos Agrícolas Rey Agro*. Tuvo como objetivo general: Determinar cuáles son los factores determinantes de la Gestión Administrativa que están influyendo en la Satisfacción del Cliente de la Empresa de insumos agrícolas Rey Agro, y planteó los siguientes objetivos específicos: Diagnosticar la importancia que se da a la Gestión Administrativa de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro como puntal para el desarrollo del negocio. Analizar el nivel de Satisfacción de los clientes de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro, relativos a la gestión administrativa. Diseñar un Plan de mejoras de la gestión administrativa para la empresa de insumos agrícolas Rey Agro para lograr un elevado nivel de Satisfacción del Cliente. La metodología que utilizo fue inductiva-deductiva, y en base a las opiniones de los involucrados, y utiliza una muestra de (132 clientes y 5 personal de la empresa) de una población de 200 clientes frecuentes y 5 personal de la empresa, a quienes se les aplicó un cuestionario a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 40.9% opinan que frecuentemente las metas propuestas reflejan un diagnóstico de la situación actual de la empresa, el 46.97% de los encuestados, ha informado que solo a veces se consideran los aspectos de atención y servicio al cliente para que sean logrados eficientemente, el 56.1% de los clientes externos manifestaron, que siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en la empresa Rey Agro, el 55.3% de los clientes externos de la empresa “Rey Agro” siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados, ya que cuentan con

el conocimiento suficiente para hacerlo, 41,67% opina que solamente a veces se distingue una mejora en la producción y en el nivel de vida de los habitantes por influencia de la empresa Rey Agro en el cantón Salcedo, el 45.45% manifestaron que siempre será necesario implementar un plan de mejora de la gestión administrativa de la empresa Rey Agro, el 100% manifiesta que nunca ha existido ningún tipo de malestar por la atención recibida de parte de los asesores y vendedores de la empresa Rey Agro, el 100% manifiesta que existe una atención con normalidad en la empresa Rey Agro del cantón Salcedo, 76.5% la calidad de la atención influye 8 en su nivel de satisfacción personal, 79.55% mencionaron que siempre el servicio de asistencia técnica de la empresa Rey Agro, los niveles de satisfacción del cliente que maneja la empresa de insumos agrícolas “Rey Agro” del cantón Salcedo, tienen diversos indicadores referentes tanto a la atención como a la satisfacción de las demandas de los clientes, entre ellos se debe considerar que: Según el 56.1% de los clientes externos siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en la empresa Rey Agro. Según la mitad de los encuestados 49.24%, el monitoreo de la actividad realizada por el personal de servicio técnico ocurre solamente a veces. Para el 55.3% de los clientes externos de la empresa “Rey Agro” siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados; La estrategia administrativa más útil para mejorar la situación negativa de “Rey Agro” y lograr altos niveles de satisfacción de los clientes, según la mayoría de los encuestados, será implementar un plan de mejora de la gestión administrativa para la empresa 45.45%. La investigación concluye que: En la empresa “Rey Agro”, las metas propuestas no reflejan un diagnóstico de la situación actual de la empresa casi para la mitad de ellos. Para el 46.97% de los encuestados, solo a veces se consideran los aspectos de atención y servicio al cliente

para que sean logrados. Casi nunca 44.70% o a veces 37.88%, existe un impacto elevado de la difusión publicitaria empleada en la empresa. No se exhibe la misión y visión institucionales. Casi la mitad de los encuestados 49.24% de la empresa Rey Agro, manifestaron que solo a veces, ha podido notar un nivel de desarrollo convincente de esta empresa. Los niveles de satisfacción del cliente que maneja la empresa de insumos agrícolas “Rey Agro” del cantón Salcedo, tienen diversos indicadores referentes tanto a la atención como a la satisfacción de las demandas de los clientes, entre ellos se debe considerar que: Según el 56.1% de los clientes externos siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en la empresa Rey Agro. Según la mitad de los encuestados 49.24%, el monitoreo de la actividad realizada por el personal de servicio técnico ocurre solamente a veces. Para el 55.3% de los clientes externos de la empresa “Rey Agro” siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados. La empresa Rey Agro, definitivamente, no realiza negocios a través del Internet, aunque esta distribuidora de productos agroquímicos dispone de oficinas propias desde las cuales realiza su servicio de atención a los clientes. Existe una buena aplicación del 9 Merchandising, por lo que la distribución técnica de la mercadería, tanto de productos como de insumos en las estanterías de Rey Agro, permite localizarlos fácilmente y conocer de inmediato su precio. La atención recibida según el 36.36% de las respuestas, solo a veces les deja satisfechos, aunque esta atención, en todos los casos se realice con rapidez, oportunidad y especialidad. Según la opinión de los clientes 37.88%, solamente “a veces”, Rey Agro dispone de toda la gama de productos demandados por los clientes siendo un servicio de atención generador de confianza 79.55%. La estrategia administrativa más útil para mejorar la situación negativa de “Rey Agro” y lograr altos

niveles de satisfacción de los clientes, según la mayoría de los encuestados, será implementar un plan de mejora de la gestión administrativa para la empresa 45.45%.

Antecedentes Nacionales

Silva (2016) en su tesis *Caracterización de la Gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, año 2016*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, año 2016 Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, Determinar las principales características de los gerentes de las micro y pequeñas empresas, sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz. La metodología que utilizó fue de diseño no experimental – transversal, y se escogió en forma dirigida, una población muestral de 7 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados: El 62,50% de gerentes encuestados manifestaron que nunca en la etapa de preselección realiza la retención de los currículums vitae según los intereses de la empresa. El 56,25% de gerentes manifestaron que nunca en su empresa eliminan el currículum vitae que no cumplen

con los intereses de la organización. El 81,25% de los gerentes encuestados de rubro venta minorista de productos textiles afirmaron que nunca aplican pruebas psicológicas para conocer su capacidad mental de la persona en sus boutiques. El 62,50% de gerentes encuestados afirmaron que siempre realizan pruebas de conocimiento para ver su capacidad cognitiva. El 81,25% de los gerentes encuestados afirmaron que nunca crean un clima de confianza durante la entrevista a información y los datos. El 68,75% de los gerentes encuestados manifestaron que siempre las preguntas que formulan en la entrevista son claras debe valorar. El 62,50% de los gerentes encuestados manifiestan que nunca en la hora de la entrevista escuchan atentamente al entrevistado. El 50,00% de los gerentes encuestados afirmaron al realizar las preguntas para la selección del personal, siempre son estructuradas. El 62,50% de los gerentes encuestados afirmaron que nunca realizan una buena elección de candidatos que requiere los intereses de la empresa. El 87,50% de los gerentes encuestados confirmaron que siempre cumplen con estipular los contratos en un plazo determinado. El 68,75% de los gerentes encuestados afirma que siempre cumplen en asignar las horas establecidas en sus contratos a los empleados de acuerdo a la ley. El 62, 25% de los gerentes encuestados afirmaron que nunca los beneficios son otorgados inaceptable. El 18,25% de los gerentes encuestados dijeron que nunca se cumple con la asignación de la remuneración justa a sus empleados. En conclusión: Las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, son las siguientes: manifiestan deficiente interés en la recepción de candidatos, en un gran porcentaje no realizan la preselección, bajan interés de los gerentes de los

boutiques sobre las pruebas de entrada de los empleados, poco interés respecto a las entrevistas, baja valoración y documentación en la elección de los candidatos, carencia respecto a la contratación del personal. En relación a las principales características de los gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, son las siguientes: La mayoría de ellos tienen entre 41 y 50 años de edad son del sexo femenino y con un grado de instrucción de educación secundaria completa, quienes en su gran mayoría desconocen y no hacen el uso adecuado de la selección de la selección de personal para la empresa a la que dirigen. Respecto a las principales características de la gestión de calidad bajo el proceso de selección de personal identificado en el estudio, los resultados nos muestran una deficiencia en la recepción de los curriculum vitae, entrevistas y la contratación del personal para la organización

Plasencia (2017) en su tesis *Gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas del distrito de Santa Cruz de Toledo –Cajamarca, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y la formalización de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas en el distrito de Santa Cruz de Toledo -Cajamarca 2016. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características del representante legal de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas en el distrito de Santa Cruz de Toledo -Cajamarca 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas en el distrito de Santa Cruz de Toledo -Cajamarca 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y

pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas en el distrito de Santa Cruz de Toledo -Cajamarca 2016; y finalmente determinar las principales características de la formalización las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas en el distrito de Santa Cruz de Toledo -Cajamarca 2016. La metodología: Es diseño no experimental- transversal y se escogió en forma dirigida a una población muestral de 8 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de productos agrícola, obteniendo como resultados los siguientes: El 50% tienen una edad promedio entre 30 -50 años. el 78% también son de género masculino. El 78% tiene el grado de instrucción universitaria. El 75% los de los representantes de las micro y pequeñas empresas del distrito de Santa Cruz de Toledo son los dueños de sus propios negocios. El 62.5% de las micro y pequeñas empresas tiene entre 5 a 10 años en mercado laboral. El 50% de los representantes manifestaron que si conocían lo que es gestión de calidad. El 62.5 % de las micro y pequeñas empresas en estudio, indicaron que si evalúan el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización del producto. El 62.5 % de las micro y pequeñas empresas en estudio, no consideran que los objetivos de calidad haya permitió lograr la mejora continua. El 75% de las micro y pequeñas empresas en estudio, no están formalizadas. El 75% de las micro y pequeñas empresas del distrito de Santa Cruz De Toledo, no les ha generado beneficios ser formales. el 41,18% le ha generado el beneficio en acceso de créditos financieros. el 62,50% tienen acceso a créditos financieros. El 62,5% de las micro y pequeñas empresas del distrito de Santa Cruz De Toledo, no están formalizadas por requisitos difíciles y costos elevados. En conclusión: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del distrito de Santa Cruz De Toledo, tienen una edad promedio entre 30 -50 años 50%, son de género Masculino 88%, tienen grado de

instrucción primaria 50%, son dueños 75%. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del distrito de Santa Cruz De Toledo, son informales 75%, tiene entre 5 a 10 años en mercado laboral 62.5%. La mayoría de las micro y pequeñas empresas si conocían lo que es gestión de calidad 50%, si evalúan el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización del producto 62.5 %, no consideran que los objetivos de calidad hayan permiti6o lograr la mejora continua 62.5 %. Y en su totalidad que si ofrecen productos de calidad. La mayoría de las micro y pequeñas empresas no est6n formalizadas 75%, no les ha generado beneficios ser formales 75%, no le genero ning6n beneficio 75%, no est6n formalizadas por requisitos dif6ciles y costos elevados 62,5%.

Monteagudo (2016) en su investigaci6n *Aspectos culturales de la problem6tica sobre el uso de pesticidas sint6ticos en los peque6os agricultores del sector Huanchaco del distrito de Viru – La Libertad, 2015*. Tuvo como objetivo general: Describir las caracter6sticas socio-culturales de los peque6os agricultores de Huanchaco. plante6 los siguientes objetivos espec6ficos: Determinar la naturaleza y tipolog6a de los principales pesticidas agr6colas usados en la localidad de estudio. Identificar los problemas ambientales y contra la salud humana derivados del uso de pesticidas sint6ticos en la agricultura. Determinar qu6 aspectos de la cultura influyen en la problem6tica del uso de pesticidas sint6ticos en la agricultura. Explicar c6mo la cultura influye en la problem6tica del uso de pesticidas. La metodolog6a que utiliz6 fue desde el punto de vista antropol6gico y obtuvo los siguientes resultados: La gran mayor6a de agricultores, el 70% tiene parcelas menos de cinco hect6reas, as6 mismo el 25% de los agricultores siembra ma6z el mismo que es comercializado en chala, como tambi6n el 80% de los agricultores destina el 100% de sus productos a la venta. De los

pesticidas, el 44% de pesticidas aplicados en los cultivos se mantienen en la atmosfera y en los sistemas acuáticos, así mismo el 90% de los agricultores informales optan por usar pesticidas sintéticos para combatir plagas, del mismo modo se conoce que el 80% de los agricultores mencionan que de no usar pesticidas sintéticos, el proceso de cultivo sería un “fracaso total”, el 60% de los agricultores no usa otra forma de eliminar plagas porque el usar pesticidas es la manera más rápida y eficaz. De los peligros de toxicidad, el 75% de los agricultores afirma tener conocimiento sobre los peligros del uso de pesticidas. La investigación concluye que: El 100% de los agricultores de la localidad de Huanchaco entrevistados hacen el uso de pesticidas sintéticos , sin embargo 10% de ellos utilizan el control biológico de plagas pero solo para las empresas agroindustriales, ya que estos productos son exportados a mercados que exigen este tipo de procesos en la agricultura, otro punto que se concluye es que en Huanchaco el uso de pesticidas agrícolas sintéticos constituye una práctica común como consecuencia de evaluación positiva que realizan los agricultores respecto a la importancia en el proceso productivo y el logro de una buena producción, también concluye que las características culturales de la población de agricultores de la localidad de Huanchaco expresan conocimiento limitado de la naturaleza de los pesticidas y los efectos que generan. Por ultimo las características culturales de los productos agrícolas constituyen un factor de importancia primordial para que los riesgos generados por la naturaleza de los pesticidas se manifiesten de la manera exponencial o en mayor magnitud en la localidad.

Antecedentes Locales

Barco (2017) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de*

sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Y planteó los siguientes objetivos específicos: describir las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Determinar las principales características de Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. La metodología que utilizó fue de diseño no experimental – transversal, y se escogió en forma dirigida, una población muestral de 7 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: De los representantes: el 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene una edad entre 31-50 años. El 85,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. El 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios superiores. El 77,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños. El 77,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas llevan en el cargo más de 7 años. De las micro y pequeñas empresas: El 77,4% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro. El 100,0% de las micro y pequeñas empresas tienen entre tiene entre 1 a 5 colaboradores. El 85,7% de las micro y pequeñas empresas tienen como trabajadores

a personas no familiares. El 100,0% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias. De la gestión de calidad en atención al cliente: El 57,1% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no conocen del término gestión de calidad. El 71,4% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican en su gestión la herramienta de atención al cliente. El 85,7% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que el personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad. El 100,0% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas miden el rendimiento del personal a través de la observación. El 57,1% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 57,1 de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que conocen el término atención al cliente. El 85,7% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en el servicio que brindan. El 71,5% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. El 71,4% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. El 85,7% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran como factor importante en el servicio es atención personalizada. El 57,1% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que la atención que brindan es regular. El 100,0% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que no 20 brindan una buena atención al cliente. El 71,4% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, cuentan con clientes más satisfechos, gracias a la calidad en el servicio. La investigación concluyo que: El 57,1% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e

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

Poma (2014) en su trabajo de investigación *Caracterización del financiamiento y la Gestión de calidad en las MYPEs del sector comercio - rubro venta de productos*

agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote, año 2011. Tuvo como objetivo general: determinar las principales características del financiamiento y la gestión de calidad de las MYPEs del sector - comercio rubro - venta de productos agropecuarios, equipos e insumos en el distrito de Chimbote, año 2011. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características del representante legal de las MYPEs en estudio. Determinar las principales características de las MYPEs de estudio. Determinar las características del financiamiento en las MYPEs en estudio. La metodología que utilizó fue de diseño no experimental – transversal y se escogió una muestra poblacional de 09 microempresas, de una población conformada por 18 Mype's, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. obteniendo los siguientes resultados: El 45% de los representantes de estas MYPEs poseen entre 41-50 años de edad, así mismo el 89% de los representantes son de sexo masculino, además el grado de instrucción es del 78% de nivel universitario completos, que el 56% de representantes de las MYPEs son propietarios de su propio negocio y por último el 67% tiene de 6-10 años desempeñando el cargo. De la empresa los años de actividad, el 56% vienen desarrollando esta actividad en el mismo rubro menos de 5 años, así mismo el 89% tienen por finalidad un objetivo obtener ganancia. El financiamiento de la muestra de encuestados el 67% recurre al financiamiento formal, teniendo un 89% de MYPEs que se financiaron con un monto de crédito solicitado en el 2011 que fue entre 10,000 y 50,000 soles, así mismo el 78% de estos aseguraron que la tasa de interés que pagan fue de 10% a 20% anual, el 67% aseguro que el crédito financiero solicitado fue destinado a capital de trabajo. De la gestión de calidad de los encuestados el 67% aseguraron conocer sobre Gestión de calidad, como también el 89% de las MYPEs han

aplicado estrategias de gestión de calidad, así mismo que el 89% de las MYPEs reconoció que aplica los procesos administrativos como estrategia de gestión de calidad, se sabe también que el 89% de las MYPEs encuestadas acepto que la empresa utiliza métodos de mejora continua para evaluar los procesos, se conoce también que el 78% de las MYPEs aseguraron que la empresa asegura evaluar la eficacia y la eficiencia de la operación mediante control de procesos, que de las MYPEs encuestadas el 89% aseguro que las mediciones del desempeño de los procesos han permitido determinar si han alcanzado los objetivos planificados, por último se sabe que el 89% de las MYPEs reconoció que los objetivos de la calidad han permitido a la empresa lograr una mejora continua. La investigación concluye que: Respecto a la empresa las Microempresas rubro – venta de productos agropecuarios, equipos e insumos han desarrollado esta actividad por más de 5 años, empresas que se encuentran formalizadas y fueron formadas con la finalidad de obtener ganancias. Respecto los empresarios la mayoría de estos representantes legales son adultos de edad media quienes son solteros y son de sexo masculino, tienen grado de instrucción estudios universitarios, son administradas por sus propietarios, están desempeñando su cargo entre 6 y 10 años. Con respecto al financiamiento los representantes de las MYPEs acuden al mercado formal para solicitar créditos, a pesar que una pequeña empresa parte acude al mercado informal, también la mayor parte de las MYPEs encuestadas en el 2011 has solicitado un crédito financiero, y las que lo solicitaron fueron atendidas pagando una tasa de interés promedio de 15% y casi todas estas empresas solicitaron prestamos que va desde los 10,000 hasta los 50,000 monto que en la mayor parte de las MYPEs fue invertido en capital de trabajo. Con respecto a la gestión de calidad los representantes MYPEs vienen aplicando diferentes estrategias de gestión de calidad en

sus empresas , entre ellas la mayoría aplica los procesos administrativos, utiliza métodos para evaluar la mejor continua en los procesos tales como autoevaluaciones y revisiones, evalúa la eficacia y la eficiencia de la operación mediante el control de procesos, como también la mayoría de los representantes de las MYPEs aseguro que las mediciones del desempeño de los procesos han permitido determinar si han alcanzado los objetivos planificados y que los objetivos de calidad han permitido a la empresa a lograr una mejora continua.

Ruiz (2018) en su tesis *Gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Y para conseguir el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos del casco urbano distrito de Chimbote, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos del casco urbano distrito de Chimbote, 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro oftalmológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. En su metodología el diseño de la investigación fue no experimental - transversal, para el recojo de investigación obteniendo lo siguientes resultados: El presente estudio realizado respecto a la edad, se obtuvo que el 64 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene de

31 a 50 años, El 82 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción universitaria. El 100 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene como cargo de administradores. El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene como tiempo de desempeño en el cargo de 7 años a más. El 73% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene un tiempo de permanencia de 7 años a más. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene un número de trabajadores de 1 a 5 aproximadamente. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene como trabajadores a personas ajenas a su entorno familiar. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar ganancias. El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas admite conocer el término de gestión de calidad. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas admite conocer la técnica de atención al cliente. El 63% de los representantes de las micro y pequeñas empresas respondieron que otros motivos para la implementación de la gestión de calidad. El 55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas respondió que mide el rendimiento de su personal a través de la evaluación. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas respondió que la gestión de calidad si mejora el rendimiento del negocio. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utiliza la gestión de calidad, para alcanzar sus metas y objetivos. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conoce el término de atención al cliente. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si aplica una gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cree

que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese al establecimiento. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas brinda una buena atención a sus clientes. El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no considera que brinda una mala atención al cliente. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas indicaron que si son eficientes al atender y dar solución a sus clientes. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si cree que la atención al cliente ayuda a la empresa a tener un mejor posicionamiento en el mercado. Esta investigación se concluye que: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de una edad aproximada de 31 a 50 años, son del género masculino, con grado de instrucción superior universitaria. Son administradores y tienen un tiempo de desempeño en el cargo de 7 años a más. La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el mercado de 7 años a más, con un número de trabajadores de 1 a 5 que no son familiares y tienen como objetivo de creación generar ganancias para su empresa.

2.2.Bases teóricas de la investigación

Las micro y pequeñas empresas

Una micro y pequeña empresa es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, creada bajo cualquier modo de organización para ejercer actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de productos o servicios con el objeto de generar ganancias, a esto contribuye la Ley 28015 (2003) afirma que:

La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (p.1).

En el Perú las micro y pequeñas empresas tienen un estatus en el cual las personas que deciden forjar una empresa, lo primero es crear un nombre en el cual este acreditado frente a un notario, por consiguiente, inscribirse en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos, después se realiza la inscripción en las REMYPE, también en la superintendencia Nacional Tributaria (SUNAT), y por último la licencia del funcionamiento en la cual se encuentra ubicada la empresa.

Características de las Micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas se caracterizan por categoría empresarial de acuerdo a sus niveles de ventas, según la (Ley 30056, 2013), afirma que:

Las micro y pequeñas deben reunir las siguientes características concurrentes:

- Microempresa: de uno (1) hasta (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: de uno (1) hasta (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la pequeña empresa será determinado por el Decreto supremo refrendado por el ministerio de economía y finanzas cada (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido periodo. (p.1)

Las empresas para poder incrementar con respecto a sus ganancias deberán realizar ciertas estratégicas para mejorar la distribución de sus actividades y al momento de seleccionar a su personal tendrán que tener en cuenta el pago que se les dará de acuerdo al modo de ventas que realicen.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Es importante señalar que en nuestro país las MYPEs son el gran impulso de crecimiento económico, ya que según el Ministerio de la Producción las micro y pequeñas empresas aportan el 47% de empleo en el Perú y América Latina, es sin dudas un dato importante que resalta en la economía de este país. Asimismo, desde la perspectiva económica se puede evidenciar que las micro y pequeñas empresas aportan el 40% de PBI, es decir son el motor de desarrollo económico de este país.

Morillo (2015) refiere que las MYPES en el Perú generan los siguientes aportes en:

Originan rebosantes puestos de trabajo. Mejoran los ingresos económicos de las familias, mejorando la calidad de vida. Aportan ingresos al estado para realización de obras públicas en el mejoramiento de la infraestructura del país. Dinamizan el espíritu empresarial y emprendedor. Contribuyen al desarrollo del sector privado (p.16).

En tal sentido decimos de acuerdo al párrafo anterior el desarrollo y crecimiento tanto en el aspecto económico como en el aspecto social de un país depende mucho de la existencia de las MYPES, en base a esto se va dando un mejoramiento en la calidad de vida de las sociedades que habitan en cada determinado país.

GESTIÓN

Podemos definir la gestión como el concepto que infiere en una organización, pública o privada que permita alcanzar objetivos establecidos, para el caso de las organizaciones privadas el fin es la optimización de recursos, alcanzar altos rendimientos, ser rentable, y por ultimo sostenible en el mercado, asimismo para una organización publica el fin es ser eficiente eficaz con el uso de los recursos que se les proporcione. Wagner (2014) nos dice que. “La gestión es el conjunto de esfuerzos realizados en el logro de objetivos estratégicos y operativos propuestos, tendientes a lograr la optimización de recursos, la satisfacción de los clientes y la máxima rentabilidad posible” (p.92). Una organización que realiza gestión administrativa adecuada cumpliendo las estrategias establecidas dentro de los procesos tendrá más posibilidad de lograr con satisfacción sus objetivos establecidos dentro de sus planes operativos.

Gestión de calidad

Es un conjunto de normas y políticas direccionadas exclusivamente al planeamiento estratégico y operativo de una empresa, es también un sistema que se extiende en las distintas áreas de la parte organizacional, que, a través de la ejecución de métodos, técnicas e ideas creativas, busca alcanzar la optimización de recursos, ser rentables y la satisfacción de los clientes. Wagner (2014) afirma que, “la gestión de calidad se enfoca exclusivamente en el planeamiento estratégico y ejecución de métodos, técnicas e ideas creativas para alcanzar la satisfacción de los clientes y superar sus expectativas” (p.71). Es decir que la gestión de calidad es una de las mejores maneras de distribuir el proceso y accionar las normas y políticas establecidas internas y externas dentro de la empresa con el fin de obtener productos de calidad, desde un punto de vista técnico la gestión de calidad se debe accionar desde el departamento de producción, y como base para un buen producto lo esencial es que la materia prima sea la indicada para tener resultados positivos; por otra parte tener un personal capacitado que pueda responder a las necesidades que la empresa necesite para lograr cumplir con las metas establecidas.

Sistemas de calidad

Para que una organización funcione correctamente la implantación de una gestión de calidad debe evaluarse eficientemente y sustentarse en un sistema, lo cual es denominado sistema de calidad. Un sistema de calidad está integrado por básicamente por los procedimientos, instrucciones de trabajo, mediciones y controles de la organización.

Un sistema de calidad según Wagner (2014) es:

Un sistema de calidad es el conjunto de la organización integrado por responsabilidades procesos, procedimientos y recursos, para llevar a cabo la 27 gestión de la calidad. Su objetivo es la obtención de la calidad en un producto o servicio a un menor costo posible, involucrando para ello todas las actividades y a todas las personas que participan.

Integrar las necesidades del sistema de calidad infiere que debe establecerse características adecuadas al procedimiento de ejecución y control de un producto o servicio, como también un seguimiento que haga posible asegurar el adecuado cumplimiento de estándares establecidos en dicho producto o servicio. En términos generales las organizaciones eficientes utilizan los sistemas de gestión de calidad para satisfacer de una manera óptima las necesidades, requerimientos y expectativas del cliente con el producto o servicio que el cliente espera en un momento adecuado y en las condiciones que lo requiera. Y es que en la actualidad las empresas están en un entorno de competitividad bastante fuerte que de cierta forma limitan su crecimiento ya que son muy pocas las que llegan a ser sostenibles en el mercado; las organizaciones que establezcan sistemas de calidad en su administración deben estar siempre en constante actualización de información que minimice el riesgo de fracasar. Según Cortes (2015) menciona que: “la organización debe establecer las cuestiones tanto externas como internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica, y que puedan lograr los resultados previstos de su sistema de gestión de calidad” (p.71). Esto indica que para adaptar este proceso en una organización se debe dinamizar los sistemas que permitan una adaptación al cambio, y asimismo estructurar un esquema ilustrativo que identifique entre los

colaboradores de una organización, y la orientación hacia los clientes, las organizaciones eficientes actuales emplean distintas normas de calidad

Ventajas de la calidad

Estas son ventajas de las micro y pequeñas empresas para lograr el alto éxito de la empresa u organización mayormente podemos decir que estas ventajas en las cuales básicamente se concentra en el esfuerzo siendo eficientes, lo cual permita el ahorro de los recursos siendo empresas privadas el Estado no tiene parte alguna de lo se desea realizar, teniendo una mayor productividad, también una libre elección para consumir.

ATENCIÓN AL CLIENTE

El satisfacer las necesidades de los clientes o consumidores de un determinado bien y servicio se ha convertido en un tema transversal para las micro y pequeñas empresas de hoy en día, siendo los clientes las personas que constituyen el eje principal de las organizaciones, ya que dependen mucho de los clientes para obtener el cumplimiento de sus objetivos organizacionales. Los representantes de las micro y pequeñas empresas, que buscan identificar a sus clientes tienen la labor de analizar la situación y el papel que juega las personas en cada proceso de compra, esto va permitir determinar a los tipos de clientes.

La atención al cliente.

Dentro de toda estructura organizacional identificamos al proceso de atención al cliente como un elemento primordial que va permitir a la empresa a desarrollar su amplitud de eficacia en dicho proceso, y para lograr más allá que un beneficio económico de una empresa, el proceso de atención al cliente es fundamental para

fidelizar una relación con los clientes, también permite poder brindar la información adecuada de los productos ofertados. Asimismo, el sistema de atención al cliente permite también solucionar las inquietudes de los clientes, ya sea reclamos por alguna avería en un producto, contratiempos en la entrega, etc.

Los tipos de conceptos de clientes existentes hoy en día influyen mucho las características personales de cada individuo debido a que sus necesidades son cambiantes. Blanco et al. (2013) afirman lo siguiente: “el decisor; persona que toma la decisión al final de la compra, el ejecutor; persona que utiliza los tramites de compra, el influyente; persona que aconseja sobre la compra, el usuario; persona que utiliza el producto del proceso de compra (p.191).

Todos estos procesos efectuados en esta situación pueden ser desarrollados por personas diferentes o por una sola persona, desarrollando distintos roles que sean diferentes entre sí, que permita para la empresa identificar qué tipo de cliente es, y establecer un sistema de relación beneficiosa sobre sus clientes.

- **Como vender a los empleados la atención al cliente**

El comportamiento de los empleados en la atención al cliente es clave a la hora de realizar una atención directa con los clientes, influyen muchos factores que hacen dependencia al momento de tratar un cliente, en poder lograr la satisfacción máxima por parte del cliente al momento de adquirir un producto. Para Brown (2014) la alta gerencia debe ser quien dé el primer paso de cambio en la atención del cliente, estos deben despertar en los empleados el deseo de cambio, esto implica que la alta 34 dirección debe hacer valer sus palabras, el modo de su comportamiento, ya la firmeza de sus palabras, para este caso el departamento de ventas es el que constantemente

mantiene la relación directa con el cliente, pero también se manifiesta que si no hay una buena capacitación en los colaboradores en estos casos los trabajadores quizás puedan estar centrados más en los objetivos primordiales de la empresa, mas no en lo que el cliente requiera o necesite para su satisfacción de sus necesidades (p.85).

Para Overlap (2013) Considera que el mayor valor de las empresas se encuentra en sus empleados y colaboradores, pues uno de los beneficios más resaltantes es un eficiente resultado en la atención al cliente, por tanto, considera la importancia de poder invertir en la formación, y en técnicas de comunicación en sus colaboradores para lo cual resulta beneficioso tanto en la experiencia satisfactoria y estimular la lealtad y mejores resultados de las ventas.

Fallas en el servicio en las organizaciones

Debido a ello manifestar algunas consideraciones sobre mi percepción que hace fallar el servicio al cliente en algunas organizaciones, con la ilusión que lo sirva para mejorar y replantearse la misión que debemos de darle a dicha área.

Consideraciones:

En algunas organizaciones las áreas de servicio al cliente se asocian a la atención de quejas y reclamos, es decir para ellos eso es servicio al cliente. Y bajo esa premisa la queja es una molestia para la organización por cuanto van a atender clientes con problemas y por ende en estado de sobresalto.

Como las áreas de servicio al cliente se consideran problemáticas se contrata personal que sean como los stoper del futbol.

En otros casos, más graves aun, cuando una persona nueva ingresa a la organización se le ubica primero en las áreas de servicio al cliente, con el fin de que “se vaya formando”

Las áreas de servicio para algunos gerentes no es prioridad, por tanto, se les dota de muy pocos recursos y terminar siendo áreas desmotivadas, tanto para los colaboradores como para los clientes.

Elementos del servicio al cliente

Básicamente nos dirigimos al producto en el cual vas adquirir, en un caso si el producto es algo físico, por ejemplo, una computadora, el servicio al cliente empieza desde que te preguntan que deseas, si podrán ayudarte a buscar una computadora de acuerdo a las necesidades, o quizá poder ofrecerte algún descuento por el producto. Una vez comprado el producto, la garantía del producto adquirido en su funcionamiento dependerá si el cliente está satisfecho o ha tenido alguna dificultad, si en caso tuviera dificultad con el producto, la llamada de atención al cliente será necesario para resolver el problema, eso viene hacer el servicio al cliente y entre los elementos tenemos, al contrato que tenemos directamente con el cliente, la relación que aparentemente con el cliente es complicado, el contacto por vía telefónica, etc.

Beneficios de atención al cliente

El mantenimiento que han ido dando durante estos años se da por medio de la idea en donde los clientes se sienten satisfechos con las expectativas que ofrece la empresa a la clientela; de esta manera lograremos que los clientes sean los que nos recomienden con la sociedad en general.

Como primer punto para lograr una satisfacción del cliente es:

- Es que tengamos un cliente fiel porque con ello lograremos que nos recomienden con otros
- Ser atentos y generarles confianza con los productos que ofrecemos; conocer más de ellos para poder saber cuál es su necesidad.
- Debemos tener confianza en sí mismos para lograr eliminar a nuestras competencias de lo cual con todo es un indicador sumamente importante para emprender nuevos negocios.
- Un empresario tiene que tener en cuenta que lo primero es hacer clientes que realzar ventas por que de esto obtendremos un punto de venta de la cual parte el inicio del negocio al éxito.

Marco Conceptual

- . **Micro y pequeñas empresas**, son organizaciones en las cuales son muy importantes para el Perú porque son generadoras de empleo para la población además son estas mypes cumplen un rol en la sociedad lo cual es satisfacer las necesidades del cliente, lo cual toma en cuenta que la atención al cliente es el paso principal para el éxito de la empresa.
- . **Gestión de calidad**, se refiere a la capacidad que tiene una empresa de demostrar todos aquellos controles que se establecen relativos a la calidad de un producto o servicio.
- . **Atención al cliente**, proceso en el cual permite a los miembros de una organización a relacionarse con los clientes, la atención es de suma importancia para que el cliente sea fidelizado con la empresa donde le permita generar más ganancias y que cumplan de acuerdo a los requerimientos que todo cliente desea siendo eficientes en las actividades.
- . **Insumos químicos**, es todo aquello que disponible para el uso y desarrollo de la vida humana, todo lo que tiene que ver con la naturaleza y lo que nosotros mismo creamos, es decir materia prima de una cosa.
- . **Agroquímicos**, son sustancias químicas que se emplean en la agricultura, que tiene como finalidad mantener y conservar los cultivos que esta actividad desarrolla, además elimina cualquier plaga que afecte al cultivo.

- . **Ventas**, son actividades de las cuales están relacionadas con la cantidad de bienes o servicios que se venden en un determinado periodo.

- . **Químicos**, sustancia pura constituida por átomos de diferentes elementos unidos a través de enlaces químicos en proporciones fijas y definidas, y que solo se pueden descomponer en los elementos de procedencia por medio de reacciones químicas.

- . **Minorista**, venta en menudeo o detallista es la empresa comercial o persona en régimen de autónomo que vende productos al consumidor final. Son el último eslabón del canal de distribución, el que está en contacto con el mercado.

- . **Agrícolas**, las actividades relacionadas son las que integran el llamado sector agrícola. Todas las actividades económicas que abarca dicho sector tienen su fundamento en la explotación de los recursos que la tierra origina, favorecida por la acción del hombre.

III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018. No se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

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

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad en atención al cliente, solo se observó el fenómeno tal y como se presenta en la realidad de las micro y pequeñas empresas.

Fue transversal porque en el estudio de investigación Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018. Se realizó en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin, específicamente el año 2018.

Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.

4.2 población y muestra

Se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018 (Ver anexo 3).

Se utilizó una muestra de 10 micro y pequeñas empresas, del sector comercio- rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018. Porque solo participaron las micro y pequeñas que brindaron información para realizar el trabajo de investigación. (Ver anexo3).

4.3 Definición operacional de variable e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018. Representantes	Son personas emprendedoras de diversas edades de ambos géneros que tienen una idea de negocio y busca la oportunidad de ponerlos en marcha con la finalidad de generar rentabilidad.	los representante s de las micro y pequeñas empresas tienen distintas edades, diferente género y con un grado de instrucción lo cual nos permite ver en qué grado se encuentra cada uno de los representante s, así mismo el cargo que desempeñan y el tiempo en el cual llevan trabajando en la mype.	Edad del representante	<ul style="list-style-type: none"> - 18 a 30 años. - 31 a 50 años - 51 años a más. 	Cuantitativo
			Genero del representante	<ul style="list-style-type: none"> - Masculino - Femenino 	Nominal
			Grado de instrucción académica	<ul style="list-style-type: none"> - Sin instrucción - Primaria. - Secundaria. - Superior no universitaria. - Superior universitaria. 	Nominal
			Cargo que desempeña en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Dueño - Administrador 	Nominal
			Tiempo que desempeña en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - De 0 a 3 años. - De 4 a 6 años. - De 7 a más años. 	Ordinal Numérica

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Características de las 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.	el tiempo que lleva la empresa laborando frente a la sociedad,	Años de pertenencia en la actividad y rubro	<ul style="list-style-type: none"> - De 0 a 3 años. - De 4 a 6 años. - De 7 a más años. 	Cuantitativo
		el número de trabajadores, y que personas son las que trabajan en la micro y pequeña empresa, y el objetivo de la empresa por lo cual fue creada.	Número de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - De 1 a 5 trabajadores - De 6 a 10 trabajadores. - De 11 a más trabajadores 	Cuantitativo
			Personas que trabajan en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> - Familiares - Personas no familiares 	Nominal
			Objetivo de la creación de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancia. - Subsistencia. 	Nominal

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de calidad en Atención al cliente	Aplicar herramientas de gestión de calidad, en este caso utilizando la atención al cliente, para mejorar la organización, con técnicas para medir el rendimiento de los trabajadores y con la técnica de gestión	El conocimiento que tienen los representantes acerca de gestión de calidad, conocimiento sobre las técnicas que utiliza, las dificultades para implementar gestión de calidad, y las técnicas para medir el rendimiento del personal en las micro y pequeñas empresas la contribución de la calidad al rendimiento del negocio,	Conocimiento del término gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Sí. - No. - Tiene poco conocimiento 	Nominal
			Conocimiento de técnica de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking. - Atención al cliente - Empowerment - Las 5 c 	Nominal
			Dificultades para la implementación de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa. - Aprendizaje lento. - No se adapta los cambios - Desconocimiento del puesto 	Nominal
			Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - Escala de puntuaciones - Evaluación de 360° - Otros. 	Nominal
			Contribución de la gestión de calidad al rendimiento del negocio	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
			La gestión ayuda alcanzar los objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
		El conocimiento que tienen los representantes acerca de atención al cliente, la aplicación de gestión de calidad, la calidad para el regreso del cliente, las herramientas para el servicio de calidad y que factores de calidad hace que el cliente siempre llegue al establecimiento	Conocimiento en atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Sí. - No. - Tiene cierto conocimiento 	Nominal
			Aplicación de la gestión de calidad en el servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Si. - No - A veces 	Nominal
			Calidad de atención y regreso del cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
			Herramientas para el servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Confianza - Retroalimentación - Ninguno 	Nominal
			Factores para brindar calidad de servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Atención personalizada - Rapidez en la entrega de los productos - Las instalaciones - ninguna 	Nominal

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
		La calificación de la atención al cliente es importante porque ayuda identificar si las empresas están acordes con los clientes, en donde razones por la mala atención por parte de los representantes, obteniendo resultados de una buena atención.	Calificación de la atención de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - bueno - Regular - Malo 	Nominal
			Razones por una mala atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - No tiene suficiente personal - Por una mala organización de trabajadores - Si brindan una Buena atención al cliente 	Nominal
			Resultados de una buena atención	<ul style="list-style-type: none"> - Clientes satisfechos - Fidelización de los clientes - Posicionamiento de la empresa - Incremento de las ventas 	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario estructurado con 23 preguntas las cuales están distribuidas en tres partes: Las 5 primeras preguntas están referidas a los datos de la característica de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, las 4 siguientes se refiere a las características de las micro y pequeñas empresas y las 14 últimas preguntas están referidas a las características de la gestión de calidad en atención al cliente (ver anexo 4).

4.5 Plan de análisis

Después de la aplicación del cuestionario a través de la técnica de la encuesta se utilizó para el procesamiento y el análisis de base de datos el programa Microsoft Excel que permitió obtener los resultados estadísticos de la encuesta; para el análisis de los resultados se utilizó el Microsoft Word permitiendo realizar la descripción de la investigación, asimismo se utilizó el PDF para presentar el informe de investigación final, por otro lado se hizo uso del programa Power Point para la elaboración de la ponencia de la investigación y se utilizó el programa de antiplagio Turnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivo	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas instrumentos
¿Cuál es la caracterización de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018?	<p>objetivo general: Determinar las características acerca de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.</p> <p>objetivos específicos: Identificar las principales</p>	Gestión de calidad en atención al cliente	<p>Se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.</p> <p>Se utilizó una muestra de 10 micro y pequeñas empresas, del sector comercio- rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018. Porque solo participaron las micro y pequeñas que brindaron información para</p>	<p>Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad en atención al cliente, solo se observó el fenómeno tal y como se presenta en la realidad de las micro y pequeñas empresas.</p> <p>Fue transversal</p>	<p>Técnica: Encuestas</p> <p>Instrumento: Cuestionario estructurado</p>

	<p>características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas,</p>		<p>realzar el trabajo de investigación.</p>	<p>porque en el estudio de investigación Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro,2018. Se realizó en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin,</p>	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

	<p>distrito de Moro, 2018.</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas en el distrito de Moro, 2018.</p>			<p>específicamente e el año 2018.</p> <p>Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.</p>	
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

4.7 Principios éticos

Para la realización del trabajo de investigación se realizó bajo el conocimiento y uso de los protocolos y políticas estipulados en el código de ética de la universidad, y haciendo uso de los siguientes principios éticos:

Protección a las personas: Solo se hizo público la información obtenida voluntariamente de la situación que se encuentra las micro y pequeñas empresas, mas no la información personal de los representantes debido a que no hubo una autorización por parte de ellos para ser público sus datos personales, razón por lo cual se mantuvo el respeto a su privacidad dentro de la investigación.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Se utilizó mediante el reciclaje del papel utilizándolo por ambas caras sin desperdiciarlo, así mismo el ahorro de la energía eléctrica.

Libre participación y derecho a estar informado: Al contribuyente se le aseguro el bienestar por haber brindado la información para concluir con la investigación sin causarle ningún daño.

Beneficios no maleficentes: La información obtenida fue de uso para fines académicos, respetando el bienestar en todo momento de las personas voluntarias que participaron en la investigación.

Justicia: el trato fue equitativo para todos los participantes por haber brindado la información para el proceso de la investigación.

Integridad científica: todos los colaboradores brindaron su información teniendo en cuenta el documento de consentimiento de las cuales estuvieron de acuerdo, esta información solo fue para fines específicos de mi informe.

V. Resultados

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.

Datos Generales	N	%
Edad		
18 a 30 años	6	60.00
31 a 50 años	3	30.00
51 a más años	1	10.00
Total	10	100.00
Género		
Masculino	9	90.00
Femenino	1	10.00
Total	10	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	2	20.00
Superior no universitaria	5	50.00
Superior universitaria	3	30.00
Total	10	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	3	30.00
Administrador	7	70.00
Total	10	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	6	60.00
4 a 6 años	3	30.00
7 a más años	1	10.00
Total	10	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas en el distrito de Moro, 2018.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro 2018.

De las micro y pequeñas empresas	N	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 – 3 años	2	20.00
4 - 6 años	5	50.00
7 a más años	3	30.00
Total	10	100.00
Número de Trabajadores		
1 - 5 trabajadores	10	100.00
6 - 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	10	100.00
Las Personas que trabajan en su empresa son		
Familiares	3	30.00
Personas no familiares	7	70.00
Total	10	100.00
Objetivos de creación		
Generar ganancia	10	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, 2018.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Conocimiento de la gestión de calidad		
Si	1	10.00
No	6	60.00
Tengo cierto conocimiento	3	30.00
Total	10	100.00
Conocimiento de técnicas de gestión de calidad		
Benchmarking	2	20.00
Atención al Cliente	2	20.00
Empowerment	1	10.00
La 5 S	5	50.00
Total	10	100.00
Dificultades para la implementación de gestión de calidad		
Poca iniciativa	5	50.00
Aprendizaje lento	2	20.00
No se adapta a los cambios	2	20.00
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Otros	1	10.00
Total	10	100.00
Técnicas para medir el rendimiento		
La Observación	4	40.00
La evaluación	2	20.00
Escala de puntuaciones	2	20.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	1	10.00
Total	10	100.00
Contribuye la gestión de calidad en el rendimiento del negocio		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
La gestión de calidad ayuda alcanzar objetivos y metas		
Si	10	100.00
No	0	0.00
A veces	0	0.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Conocimiento en atención al cliente		
Si	7	70.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	3	30.00
Total	10	100.00
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio		
Si	8	80.00
No	0	0.00
A veces	2	20.00
Total	10	100.00
Calidad de atención y regreso del cliente		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Herramientas para el servicio de calidad		
Comunicación	7	70.00
Confianza	2	20.00
Retroalimentación	1	10.00
Ninguno	0	0.00
Total	10	100.00
Factores para brindar calidad de servicio		
Atención personalizada	10	100.00
Rapidez en la entrega de los productos	0	0.00
Las instalaciones	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	10	100.00
Calificación de la atención de calidad		
Buena	6	60.00
Regular	4	40.00
Malo	0	0.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Razones por una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	3	30.00
Por una mala organización de los trabajadores	1	10.00
Si brindan una buena atención al cliente	6	60.00
Total	10	100.00
Resultados de una buena atención		
Clientes satisfechos	4	40.00
Fidelización de los clientes	5	50.00
Posicionamiento de la empresa	0	0.00
Incremento de las ventas	1	10.00
Total	10	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, 2018.

5.2 Análisis de los resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.

Edad: El 60 % de los representantes tienen una edad de 18- 30 años (Tabla 1), el resultado contrasta con Plasencia (2017) con el 50% tiene una edad promedio entre 30 a 50 años, por otro lado con el autor Barco (2017) en la cual señala el 57,1% en donde los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad promedio entre 31- 50 años, también Poma (2014) el 45% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 41 a 50 años, asimismo Ruiz (2018) señala que el 64% de los representantes de las micro y pequeñas tienen una edad entre 31 a 50 años, entonces podemos decir que las micro y pequeñas empresas, rubro venta de insumos agrícolas, tienen representantes de mayor edad en la cual pueden desempeñarse mejor ya que tienen más experiencia que los representantes de menor edad.

Género de los representantes: El 90% del género de los representantes es masculino (Tabla 1), el resultado coincide con Plasencia (2017) en donde el 78% los representantes son de género masculino, por otro lado, Asimismo Barco (2017) señala el 85,7% de los representantes son de género masculino, también con Poma (2014) tiene el 89% de los representantes son de sexo masculino, así mismo Ruiz (2018) con el 82% de los representantes son de género masculino, llegamos a la conclusión en el que los representantes en su mayoría son de sexo masculino ya que son personas que más destacan en este tipo de ventas, además de poder llegar a sus clientes por sus conocimientos adquiridos, son de sexo masculino en representar a este tipo de rubro.

Grado de instrucción de los representantes: el 50% solo tienen superior no universitaria (Tabla 1), el resultado contrasta con Plasencia (2017) obtuvo el 78% de los representantes tiene de grado de instrucción universitaria, por tanto, Román (2017) con el 46,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción superior universitario, por otro lado, Barco (2017) con el 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios superiores, también Poma (2014) el 78% de los representantes de las micro y pequeña empresa el grado de instrucción es nivel universitario completos, asimismo Ruiz (2018) con el 100% de los representantes tienen el grado de instrucción universitaria. podemos observar y analizar que en las micro y pequeñas empresas del sector comercio de agrícolas no todos tienen el grado de instrucción universitaria.

Cargo que desempeñan los representantes: El 70% el cargo que desempeña los representantes es administrador (Tabla 1), el resultado coincide con Ruiz (2018) el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen cargo de administradores, esto contrasta con Plasencia (2017) con el 75% de los representantes son los dueños de sus propios negocios, así mismo con Barco (2017) el 77,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños, por otro lado, Poma (2014) con el 56% de los representantes de las mypes son propietarios de su propio negocio, en su mayoría los que asumen el cargo son administradores, ya que llevan un mejor manejo de los recursos en las micro y pequeñas empresas.

Tiempo que desempeñan: El 60% de los representantes tienen de 0 a 3 años desempeñando el cargo (Tabla 1), el resultado contrasta con el autor Plasencia (2017) el 62.5% de las micro empresas tienen entre 5 a 10 años en el mercado laboral,

asimismo Poma (2014) con el 67% tiempo que desempeñan su actividad es de 6 a 10 años, por otro lado Barco (2017) el 77,4% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, también Ruiz (2018) que con el 90% el tiempo que desempeñan el cargo es de 7 años a más de experiencia de los representantes, las micro y pequeñas empresas se encuentran desarrollando el trabajo con los colaboradores que tienen años desempeñando el cargo , esto hace que la empresa sea más eficiente y se vea más relacionada.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro 2018.

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro: El 50% el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro es de 4 a 6 años (Tabla 2), el resultado coincide con Poma (2014) con el 56% vienen desarrollando esta actividad en el mismo rubro menos de 5 años, contrasta con Barco (2017) el 77,4% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, así mismo Ruiz (2018) con el 73% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene un tiempo de permanencia de 7 años a más, es por ello que llevan cargo el negocio tiene años trabajando en la micro y pequeñas empresas por lo cual muy aparte de los conocimientos y experiencia los años trabajando hacen que el representante siga en su puesto.

Número de trabajadores: El 100% entre los numero de trabajadores es de 1 a 5 (Tabla 2), el resultado coinciden con Barco (2017) con el 100% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, asimismo con Ruiz (2018) el 100%

de los representantes de la micro y empresa manifestaron que en su empresa trabajan de 1 a 5 trabajadores, en conclusión en su mayoría la cantidad de trabajadores que ejercen el cargo son pocos, por lo que se concluye que promediado a los trabajadores, si pueden abastecer cierto número de trabajadores

Vinculo de personas que trabajan en su empresa: El 70% son personas que trabajan en su empresa lo cual (Tabla 2), no son familiares, el resultado coincide con el autor Barco (2017) donde el 85,7% de las micro y pequeñas empresas tienen como trabajadores a personas no familiares, por otro lado Ruiz (2018) el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene como trabajadores a personas ajenas a su entorno familiar entonces podemos decir que en las micro y pequeñas empresas en su mayoría no son los dueños quienes toman el puesto del cargo por el contrario son administradores quienes son contratados para realizar este tipo de negocio.

Objetivo de creación: El 100% el objetivo de creación es generar ganancias (Tabla 2), este resultado coinciden con Barco (2017) con el 100% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, de igual modo con Poma (2014) el 89% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, también Ruiz (2018) con el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar ganancias, gracias a la existencia de las mypes hay empleo para la sociedad con la finalidad de favorecer tanto a la empresa de poder surgir, maximizando los costos.

Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.

Conocimiento de la gestión de calidad: El 60% de los representantes no tienen conocimiento de gestión de calidad (Tabla 3), el resultado coincide con Barco (2017) el 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no conocen el término de gestión de calidad, por otro lado Plasencia (2017) el 50% de representantes manifestaron que conocían gestión de calidad, así mismo Poma (2014) el 67% aseguran conocer sobre Gestión de calidad, de igual modo Ruiz (2018) con el 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas admite conocer el término de gestión de calidad, esto hace referencia que entre los autores que tiene como resultados hay personas que tienen conocimiento sobre gestión de calidad como otros que no, es importante conocer este término porque permite a las micro empresas a mejorar en lo laboral.

Conocimiento de técnica de gestión de calidad: El 50% tienen conocimiento de la técnica las 5s de gestión de calidad (Tabla 3), el resultado contrasta con Plasencia (2017) el 62,5% de las micro y pequeñas evalúan el nivel de satisfacción del cliente, por otro lado Ruiz (2018) el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas admite conocer la técnica de atención al cliente, en conclusión es importante que las micro y pequeñas empresas conozcan las técnicas para utilizarlas, entre los autores algunos aplican la atención al cliente.

Dificultades para la implementación de gestión de calidad: El 50% tienen poca iniciativa para la implementación de gestión de calidad (Tabla 3), el resultado coincide

con Barco (2017) el 85,7% de los representantes en las micro y pequeñas empresas aseguran que el personal tiene poca iniciativa para aplicar la gestión de calidad, contrasta con Ruiz (2018) con el 63% de los representantes de las micro y pequeñas empresas respondieron que hay otros motivos para la implementación de la gestión de calidad, la mayoría de los representantes les dificulta implementar gestión de calidad, una de ella es por el temor a los cambios y porque hay poca iniciativa por parte del personal.

Técnicas para medir el rendimiento: El 40% de las técnicas para medir el rendimiento es la observación (Tabla 3), el resultado coincide con Barco (2017) en donde el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas también miden el rendimiento del personal a través de la observación, contrasta con Ruiz (2018) el 55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas respondió que mide el rendimiento de su personal a través de la evaluación, esto demuestra que en las empresas agrícolas para medir el grado de aprendizaje de los trabajadores es a través en la evaluación y la observación

Contribución de la gestión de calidad al rendimiento del negocio: El 100% aseguran que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio (Tabla 3), el resultado coincide con Barco (2017) donde el 57,1% de los representantes confirman que la gestión de calidad contribuye con el rendimiento del negocio, así mismo Ruiz (2018) el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas respondió que la gestión de calidad si mejora el rendimiento del negocio, esto demuestra que en la mayoría de las micro empresas si contribuye al rendimiento del negocio.

La gestión de calidad ayuda alcanzar objetivos y metas: El 100% aseguran que la gestión de calidad ayuda alcanzar objetivos y metas (Tabla 3), el resultado coincide con Ruiz (2018) de los representantes de las micro y pequeñas empresas utiliza la gestión de calidad, para alcanzar sus metas y objetivos, entonces podemos decir que todo micro y pequeñas empresas en gran parte de la población aseguran que la gestión de calidad ayuda al cumplimiento de los objetivos.

Conocimiento la atención al cliente: El 70% tiene conocimiento de atención al cliente (Tabla 3), el resultado coincide con Barco (2017) donde el 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aseguran que conocen el termino atención al cliente, también Ruiz (2018) el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conoce el termino de atención al cliente, el resultado de cada uno de los autores nos indica que en las micro y pequeñas empresas la mayoría tienen conocimiento sobre la atención al cliente, además toda empresa conoce sobre la atención al cliente.

Aplicación de la gestión de calidad en el servicio: El 80% si aplican gestión de calidad en el servicio (Tabla 3), el resultado coincide con Barco (2017) el 85,7 % de su totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en el servicio que brindan, por otro lado, Poma (2014) con el 89% de las mypes reconoció que aplica gestión de calidad , de igual modo Ruiz (2018) el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si aplican una gestión de calidad en

el servicio que brinda a sus clientes, podemos decir que en la actualidad las micro y pequeñas empresas agrícolas aplican gestión de calidad en el servicio que desarrollan.

Calidad de atención y regreso del cliente: El 100% calidad de atención y regreso del cliente (Tabla 3), estos resultados coinciden con Barco (2017) el 71,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese al establecimiento, también Ruiz (2018) el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cree que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese al establecimiento, esto demuestra que los clientes no solo regresan a los establecimientos por el precio cómodo, sino también por el buen trato al cliente.

Herramientas para el servicio de calidad: El 70% la comunicación es la herramienta para el servicio de calidad (Tabla 3), estos resultados contrastan con Barco (2017) el 71,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican en su gestión la herramienta de atención al cliente, por otro lado Ruiz las micro y pequeñas empresas utilizan herramientas a la comunicación, por otro lado Ruiz (2018) el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas brinda una buena atención a sus clientes, la atención al cliente es imprescindible para que el cliente se sienta familiarizado y en total confianza.

Factores para brindar calidad de servicio: El 100% de atención personalizada es uno de los factores para brindar calidad de servicio (Tabla 3), los resultados coinciden con Barco (2017) el 85,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas

consideran como factor importante en el servicio es atención personalizada , en conclusión las micro y pequeñas empresas muchas veces cometen errores de atención en lo cual hace que el cliente se sienta disconforme, pero en la actualidad utilizan este factor como muestra de que en el establecimiento se brinda calidad en el servicio y en donde el cliente se siente cómodo y con la mayor seguridad.

Calificación de la atención de calidad: El 60% de calificación de la atención de calidad es buena (Tabla 3), el resultado contrasta con Ruiz (2018) el 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no considera que brinda una mala atención al cliente, por otro lado, con Barco (2017) el 57,1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la atención que brindan es regular, de acuerdo a los resultados la calificación de tanto buena como mala.

Razones por una mala atención al cliente: El 60% si brindan una buena atención al cliente (Tabla 3), el resultado coincide con Ruiz (2018) con el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas indicaron que si brindan una buena atención a sus clientes, contrastan con Barco (2017) el 100% consideran que no brindan una buena atención por una mala organización del personal, de acuerdo al autor podemos decir que en ocasiones las empresas llevan un mal manejo en el personal por lo cual hace que con esto se genere una mala atención.

Resultados de una buena atención: El 50% de los resultados de una buena atención es fidelización de los clientes (Tabla 3), el resultado coincide con Barco (2017) con el 71,4% cuentan con clientes satisfechos, por otro Ruiz (2018) el 100% de

los representantes de las micro y pequeñas empresas si cree que la atención al cliente ayuda a la empresa a tener un mejor posicionamiento en el mercado, estos Barco lo cual brinda una buena atención y como resultado tiene clientes fieles.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes son de género masculino, tienen el cargo de administrador, con una edad de 18-30 años y tienen desempeñando el cargo de 0 a 3 años. La minoría de grado superior de los representantes es no universitario.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas tiene como objetivo de creación generar ganancias, el número de trabajadores es entre 1 a 5. La mayoría de las personas que trabajan en la micro empresa son no familiares. La minoría de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia de 4 a 6 años.

La totalidad la gestión de calidad si ayuda alcanzar objetivos y metas, también si contribuye la gestión de calidad en el rendimiento de las micro y pequeñas empresas, uno de los factores para brindar calidad de servicio es la atención personalizada, con la cual logremos la calidad de atención y el regreso del cliente. La mayoría de las empresas aplican la gestión de calidad en el servicio, con la herramienta de comunicación para lograr el servicio de calidad, y si tienen cierto conocimiento sobre la atención al cliente, con una calificación buena de la atención de calidad, en donde brindan una buena atención, pero no tienen conocimiento sobre gestión de calidad. La minoría de los representantes tienen poca iniciativa para la implementación de gestión de calidad, teniendo de conocimiento las 5s como técnica de gestión de calidad, obteniendo como resultados la fidelización de los clientes, utilizando la observación como técnica para medir el rendimiento de los trabajadores.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Implementar capacitaciones al personal sobre gestión de calidad y atención al cliente para la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del rubro venta insumos agrícolas.

Recomendar al momento de contratar un personal tenga experiencia mínima de un año en el rubro venta minorista de insumos agrícolas.

Sugerir a los representantes de las micro y pequeñas empresas hacer uso de un software o un programa de registro de compra y venta en el cual sea integrado y coordinado para un mayor análisis al comparar que insumos tienen mayor demanda en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Barco, M. (2017). *Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro Venta De Equipos De Sonido E Instrumentos Musicales, Distrito De Chimbote, 2017*. Universidad Católica De Los Ángeles, Chimbote. Recuperado de: http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/4770/Micro_Y_Pequeñas_Empresas_Representante_Barco_Paredes_Moriyoshi_Jair.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y
- Blanco García, C., Lobato Gómez, F., & L. Villagra, F. (2013). *Comunicación y atención al cliente. N/D: Macmillan Iberia, S*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=191&docID=3217294&tm=1510247799220>
- Brown, A. (2014). *Gestión de la atención al cliente*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=8&docID=3175055&tm=1510648932408>
- Cortes, J. M. (2015). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Editorial ICB. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5349794&ppg=78>
- Chero A. (2015). *Influencia del financiamiento en la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa del sector comercio rubro venta mayorista de alimentos del distrito de Nuevo Chimbote, año 2014*. Tesis de Pregrado, Uladech católica, Nuevo Chimbote, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035623>.
- Galofre, M. (2014) *Caracterización Epidemiológica De Intoxicaciones Ocupacionales Con Plaguicidas Químicos De Uso Agrícola, Reportadas Al Centro De Información, Gestión E Investigación En Toxicología De La Universidad Nacional De Colombia, En Los Años 2011 Y 2012* (tesis

posgrado). Universidad Nacional de Colombia. Colombia. Recuperado de:
<http://bdigital.unal.edu.co/42983/1/72273788.2014.pdf>

Hernandez,H., Barrios,I., y Martínez,D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio libre*, ISSN 1900-06442, 179-195. Páginas

Ley N° 28015. (2003 de Julio de 2003). Recuperado de:
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

Ley N° 30056. (2013). Recuperado de:
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/\\$FILE/30056.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/$FILE/30056.pdf)

Mazón, S. (2014). *La Gestión Administrativa Y La Satisfacción Del Cliente De La Empresa De Insumos Agrícolas Rey Agro*. (tesis de posgrado). Universidad Técnica De Ambato, Ecuador. Recuperado de:
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6948/1/tesis-007%20%20Gesti%C3%B3n%20de%20Empresas%20Agr%C3%ADcolas%20y%20manejo%20de%20poscosecha%20-CD%202019.pdf>

Méndez Torres, D. M., Gonzáles Hernán, J. A., Hernández Sierra, I. P., & De Flaviis, C. (2017). Calidad en las Empresas del sector Hotelero en Colombia. Recuperado de:
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12027/MENDEZ_GONZALEZ_HOTELERO_COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Morillo, M. B. (2015). *Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de insumos agrícolas - casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013*. Chimbote. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037102>

- Monteagudo, Y. (2016). *Aspectos Culturales De La Problemática Sobre El Uso De Pesticidas Sintéticos En Los Pequeños Agricultores Del Sector Huancaco Del Distrito De Viru La Libertad, 2015*. Universidad Nacional De Trujillo. Recuperado de: <http://Dspace.Unitru.Edu.Pe/Bitstream/Handle/Unitru/2230/Villanueva%20monteagudo%20yuliana%20elizabeth%28fileminimizer%29.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y>
- Overlap. (20 de febrero de 2013). *La atención al cliente: el mayor valor de las empresas, junto al de sus empleados*. n. d. Recuperado de: <http://www.web.overlap.net/blog/inoverlap/la-atencion-al-cliente-el-mayorvalor-de-las-empresas-junto-al-de-sus-empleados/>
- Plasencia, E (2017). *La Gestión De Calidad Y Formalización De Las Micro Y Pequeñas Empresas, Sector Comercio, Rubro Venta De Productos Agrícolas Del Distrito De Santa Cruz De Toledo –Cajamarca, 2016*”. Universidad Católica Los Angeles De Chimbote. Trujillo Recuperado de: File:///C:/Users/Usuario/Downloads/Uldech_Biblioteca_Virtual.Pdf
- Poma, Y. N. (2014). *Caracterización del financiamiento y la gestión de calidad en las mype's del sector - comercio rubro - venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote, año 2011*. Chimbote. Chimbote: Uldech. Recuperado de: <http://erp.uldech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034216>
- Rivas S. (2016) *Propuesta Del Sistema De Gestión De Calidad Basado En Las Normas Iso 9001:2015 Para La Fábrica Maquinarias Agrícolas Del Ecuador (Made) Cantón Quevedo Año 2017*. Recuperado de: <http://biblioteca.uteq.edu.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=16031>
- Román, K. (2017). *Caracterización De La Competitividad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro Venta De Insumos Agropecuarios Av. Jose Galvez, Distrito De Chimbote, 2015*. Universidad Católica De Los Angeles Chimbote. Chimbote Recuperado de: <http://Repositorio.Uldech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/3230/Compe>

titividad_Empresa_Ninaquispe_Roman_Kathia_Yulisa.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y

Ruiz, R. E. (2018) *gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, Chimbote. 2016* Universidad Católica Los Angeles De Chimbote. Chimbote Recuperado de: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Uldech_Biblioteca_virtual%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Uldech_Biblioteca_virtual%20(1).pdf)

Salazar, J. M. (8 de septiembre de 2015). El empleo en América Latina se sostiene en las micro y pequeñas empresas. *el comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/empresas-america-latina-micro-situacion.html>

Silva, M. (2016). *Caracterización De La Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De Selección De Personal En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio - Rubro Venta Al Por Menor De Productos Textiles Y Prendas De Vestir (Boutique) Del Distrito De Huaraz, Año 2016*. Universidad Católica De Los Angeles. Recuperado de: http://Repositorio.Uldech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/844/Mype_Seleccion_De_Personal_Silva_Ascencios_Marni_Danitza.Pdf?Sequence=4&Isallowed=Y

Santos, P. (3 de octubre de 2018). Factores clave en el desarrollo de las organizaciones. *AdiarioCR.com*, pág. 5. Recuperado de: <https://adiariocr.com/opinion/factores-clave-en-el-desarrollo-de-lasorganizaciones/>

Tello, S. (2014). *Importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*.

Vivar (2016). *Las MYPES en Chimbote. ¿Cómo aceleramos el motor?*. Periódico El Ferrol. Recuperado de: <http://www.elferrolchimbote.com/index.php/especiales/1414-las-mypes-enchimbote-como-aceleramos-el-motor>

Wagner, M. (2014). Calidad turística total: en busca de organizaciones más competitivas, Fundación Proturismo. ProQuest Ebook. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=4946137>.

ANEXOS

Anexo 1.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Nº	ACTIVIDADES	AÑO 2018								AÑO 2019							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			X													
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X											
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de información						X										
7	Elaboración del consentimiento informado							X									
8	Recolección de datos								X								
9	Presentación de datos									X							
10	Presentación de resultados										X						
11	Análisis e interpretación de los resultados											X					
12	Redacción del informe preliminar												X				
13	Revisión del informe final de la tesis por el jurado de investigación													X			
14	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación														X		
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X	
16	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2.

PRESUPUESTO

Presupuesto de desembolso			
(Estudiante)			
Categoría	Base	% o Numero	Total (S/.)
Suministros (*)			
▪ Impresiones	15.00	2	30.00
▪ Fotocopias	7.00	4	28.00
▪ Empastado	1.00	1	100.00
▪ Papel Bond A- 4 (500 Hojas)	4.00	1	4.00
▪ Lapiceros	4.00	1	4.00
Servicios			
▪ Uso de turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
▪ Pasajes para recolectar información	150.00	1	150.00
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			316.00
Presupuesto no desembolsable			
(Universidad)			
Categorías	Base	% o Numero	Total (S/.)
Servicios			
▪ Uso de internet (laboratorio de aprendizaje digital – LAD)	30.00	4	120.00
▪ Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
▪ soporte informático (módulo de investigación del ERP university – MOIC)	40.00	4	160.00
▪ Publicaciones de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano	63.00	4	
▪ Asesora personalizada (5 horas por semanas)			252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			968.00

Anexo 3.

CUADRO DE SONDEO

POBLACIÓN

Nº	Razón social	Cargo del representante	Dirección
1	Agropecuaria Liman EIRL	Administrador	Av. Macash 287
2	Agropecuaria Dina EIRL	Administrador	Av. Macash 110_432
3	Agropecuaria Serrano EIRL	Dueño	Av. Independencia 346
4	Agropecuaria Chimú SAC	Administrador	Av. Independencia 324
5	Agrícola Don Eugenio EIRL	Dueño	Jirón Aromo 335
6	Agroservicios Rafael EIRL	Dueño	Av. Manco Cápac
7	Agrícola Xiomara SAC	Administrador	Av. Independencia 246
8	Agrícola quimagro EIRL	Administrador	Av. Independencia 247
9	Agroinversiones Daniela EIRL	Administrador	Av. Independencia 248
10	Agrícola Mayline SAC	Administrador	Av. Manco Cápac

Anexo 3.**MUESTRA**

N°	Razón social	Cargo del representante	Dirección
1	Agropecuaria Liman EIRL	Administrador	Av. Macash 287
2	Agropecuaria Dina EIRL	Administrador	Av. Macash 110_432
3	Agropecuaria Serrano EIRL	Dueño	Av. Independencia 346
4	Agropecuaria Chimú SAC	Administrador	Av. Independencia 324
5	Agrícola Don Eugenio EIRL	Dueño	Jirón Aromo 335
6	Agroservicios Rafael EIRL	Dueño	Av. Manco Cápac
7	Agrícola Xiomara SAC	Administrador	Av. Independencia 246
8	Agrícola quimagro EIRL	Administrador	Av. Independencia 247
9	Agroinversiones Daniela EIRL	Administrador	Av. Independencia 248
10	Agrícola Mayline SAC	Administrador	Av. Manco Cápac

Anexo 4.

CUESTIONARIO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE INSUMOS AGRÍCOLAS, DISTRITO DE MORO, 2018. Para optar el grado académico de Bachiller en Ciencias Administrativas. 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. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. Conocimiento de la Gestión de Calidad

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

11. Conocimiento de técnicas de gestión de calidad

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

12. Dificultades para la implementación de gestión de calidad

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

13. Técnicas para medir el rendimiento

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

14. Contribuye la gestión de calidad en el rendimiento del negocio

- a) Si
- b) No

15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas

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

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. Conocimiento en atención al cliente

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

17. Aplicación de la gestión de calidad en el servicio

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

18. Calidad de atención y regreso del cliente

- a) Si
- b) No

19. Herramientas para el servicio de calidad

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

20. Factores para brindar calidad de servicio

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

21. Calificación de la atención de calidad

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

22. Razones por una mala atención al cliente

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

23. Resultados de una buena atención

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

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 5.

HOJA DE TABULACIÓN

Características de los representantes de las micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018

Preguntas	Repuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Edad	18 - 30 años	IIIIII	6	60.00%
	31 - 50 años	III	3	30.00%
	51 a más años	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%
Genero	Masculino	IIIIIIII	9	90.00%
	Femenino	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%
Grado de instrucción	Sin Instrucción		0	0.00%
	Educación básica	II	2	20.0%
	Superior no universitaria	IIII	5	50.00%
	Superior universitaria	III	3	30.00%
	Total		10	100.00%
Cargo que desempeña	Dueño	III	3	30.00%
	Administrador	IIIIII	7	70.00%
	Total		10	100.00%
Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años	IIIIII	6	60.00%
	4 a 6 años	III	3	30.00%
	7 a más años	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro 2018.

Preguntas	Repuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	0 a 3 años	II	2	20.00%
	4 a 6 años	IIII	5	50.00%
	7 a más años	III	3	30.00%
	Total		10	100.00%
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIIIIII	10	100.00%
	6 a 10 trabajadores		0	0.00%
	11 a más trabajadores		0	0.00%
	Total		10	100.00%
Las personas que trabajan en su empresa	Familiares	III	3	30.00%
	Personal no familiares	IIIIII	7	70.00%
	Total		10	100.00%
Objetivo de creación	Generar ganancia	IIIIIII	10	100.00%
	Subsistencia		0	0.00%
	Total		10	100.00%

Características de la Gestión en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.

Preguntas	Repuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conocimiento de la Gestión de calidad	Si	I	1	10.00%
	No	IIII	6	60.00%
	Tengo cierto conocimiento	III	3	30.00%
	Total		10	100.00%
Conocimiento de técnicas de gestión de calidad	Benchmarking	II	2	20.00%
	Atención al cliente	II	2	20.00%
	Empowerment	I	1	10.00%
	La 5 c	IIII	5	50.00%
	Total		10	100.00%
Dificultades para la implementación de gestión de calidad	Poca iniciativa	IIII	5	50.00%
	Aprendizaje lento	II	2	20.00%
	No se adapta a los cambios	II	2	20.00%
	Desconocimiento del puesto		0	00.00%
	Otros	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%
Técnicas para medir el rendimiento	La observación	III	4	40.00%
	La evaluación	II	2	20.00%
	Escala de puntuación	II	2	20.00%
	Evaluación de 360		0	00.00%
	Otros	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%
Contribución de la calidad al rendimiento del negocio	Si	IIIIIIII	10	100.00%
	No		0	0.00%
	Total		10	100.00%
La gestión de calidad ayuda alcanzar objetivos y metas	Si	IIIIIIII	10	80.00%
	No		0	00.00%
	A veces	II	0	20.00%
	Total		10	100.00%

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.

Preguntas	Repuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conocimiento la atención al cliente	Si	IIIIII	7	70.00%
	No		0	00.00%
	Tengo cierto conocimiento	III	3	30.00%
	Total		10	100.00%
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio	Si	IIIIIII	8	80.00%
	No		0	00.00%
	A veces	III	2	20.00%
	Total		10	100.00%
Calidad de atención y regreso del cliente	Si	IIIIIIII	10	100.00%
	No		0	00.00%
	Total		10	100.00%
Herramientas para el servicio de calidad	Comunicación	IIIIII	7	70.00%
	Confianza	II	2	20.00%
	Retroalimentación	I	1	10.00%
	Ninguno		0	00.00%
	Total		10	100.00%
Factores para brindar calidad de servicio	Atención personalizada	IIIIIIII	10	10.00%
	Rapidez en la entrega de los productos		0	0.00%
	Las instalaciones		0	0.00%
	Ninguna		0	00.00%
	Total		10	100.00%
Calificación de la atención al cliente	Buena	IIIIII	6	60.00%
	Regular	IIII	4	40.00%
	Malo		0	0.00%
	Total		10	100.00%
Razones por una mala atención al cliente	No tiene suficiente personal	III	3	30.00%
	Por una mala organización de los trabajadores	I	1	10.00%
	Si brindan una buena atención al cliente	IIIIII	6	60.00%
	Total		10	100.00%
Resultados de una buena atención	Clientes satisfechos	IIII	4	40.00%
	Fidelización de los clientes	IIII	5	20.00%
	Posicionamiento de la empresa		0	00.00%
	Incremento de las ventas	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%

Anexo 6.

FIGURAS

Características de los representantes de las micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de moro, 2018.

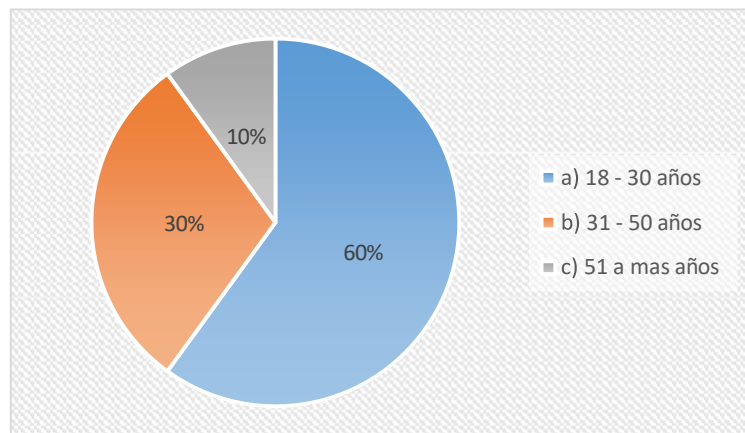


Figura 1. Edad de los representantes
Fuente. Tabla 1

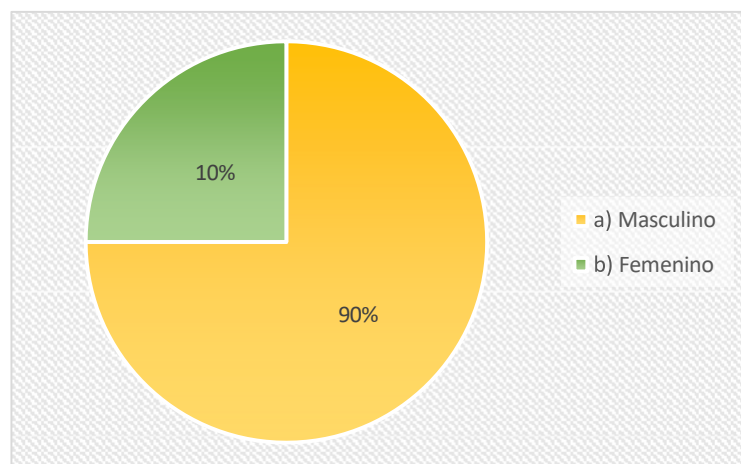


Figura 2. Genero de los representantes
Fuente. Tabla 1

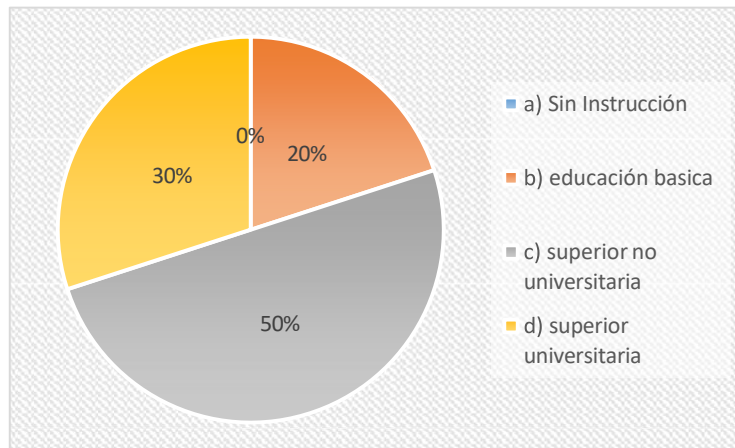


Figura 3. Grado de instrucción
Fuente. Tabla 1

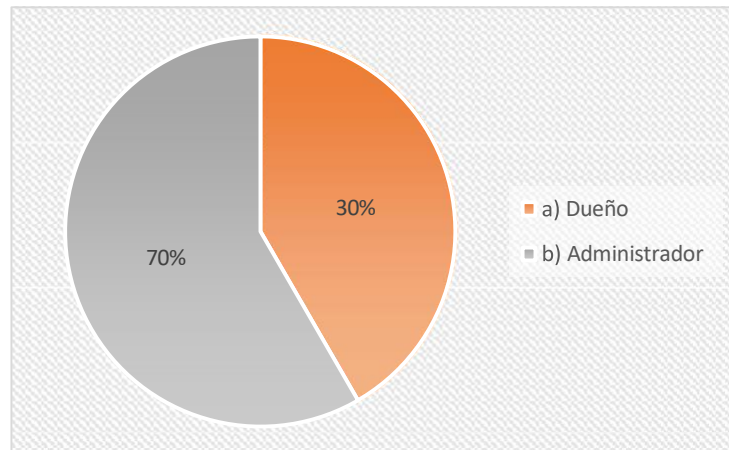


Figura 4. Cargo que desempeña
Fuente. Tabla 1

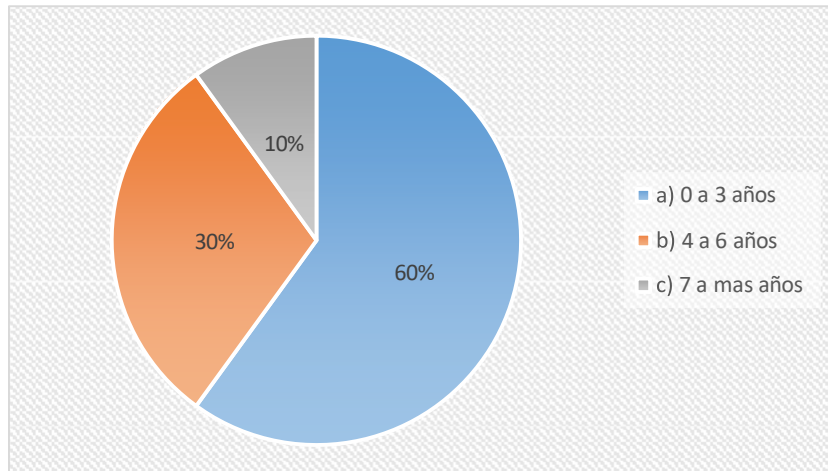


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo
Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro 2018

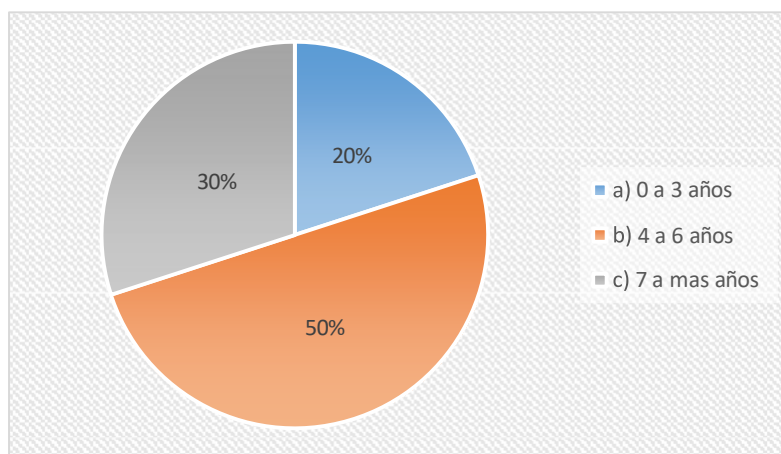


Figura 6. Tiempo de permanencia en la empresa
Fuente.

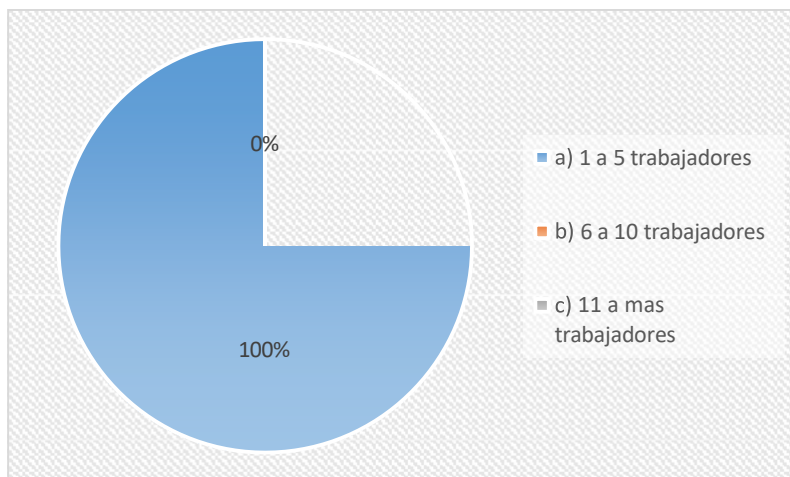


Figura 7. Número de trabajadores
Fuente. Tabla 2

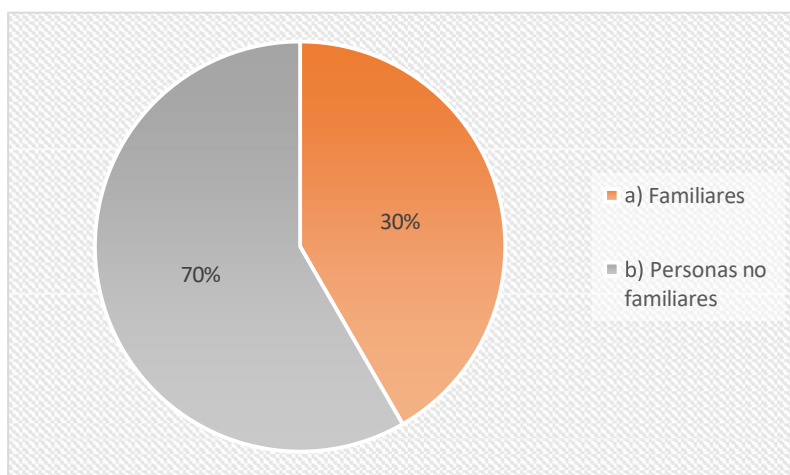


Figura 8. Personas que trabajan en su empresa
Fuente. Tabla 2

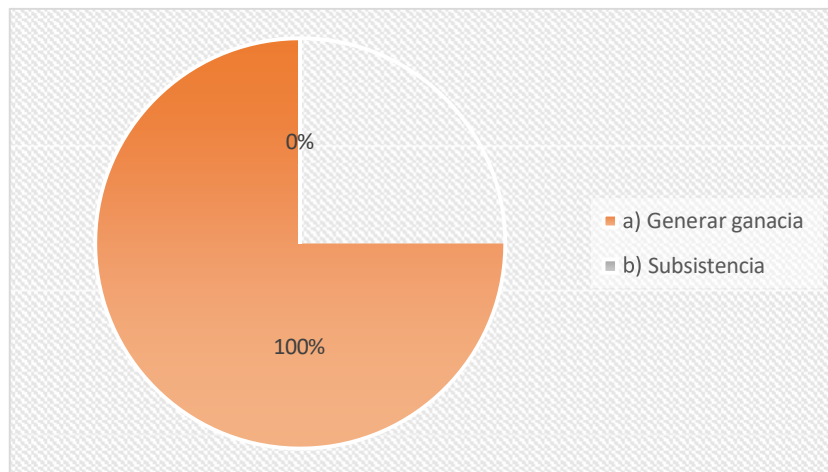


Figura 9. Objetivo de creación
Fuente. Tabla 2

Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.

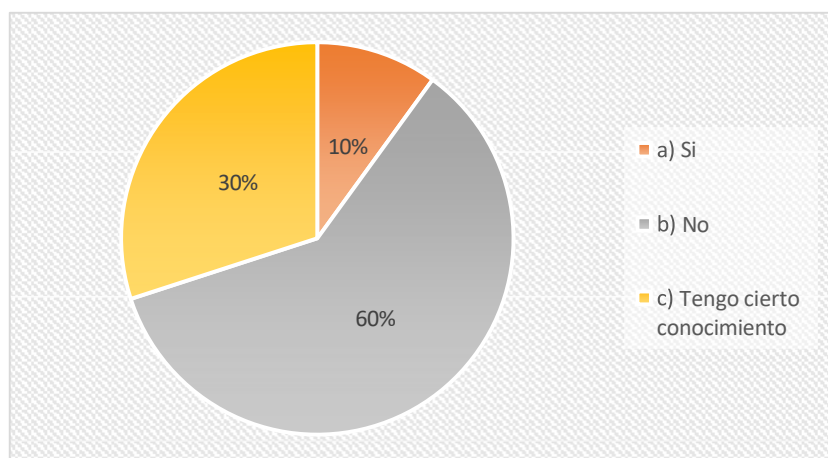


Figura 10. Conocimiento de la gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

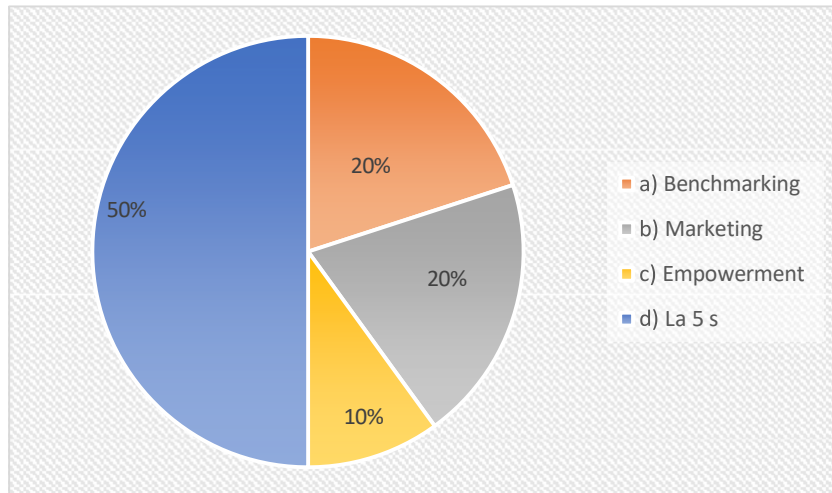


Figura 11. Conocimiento de técnicas de gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

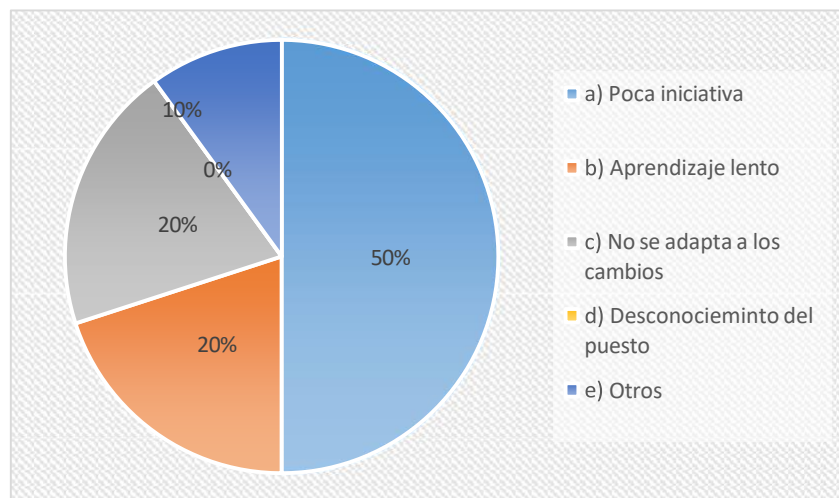


Figura 12. Dificultades para la implementación de gestión
Fuente. Tabla 3

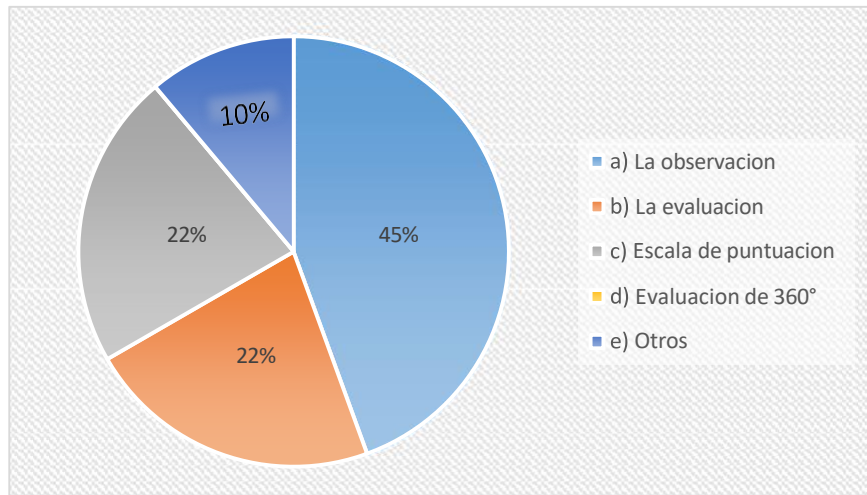


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento
Fuente. Tabla 3

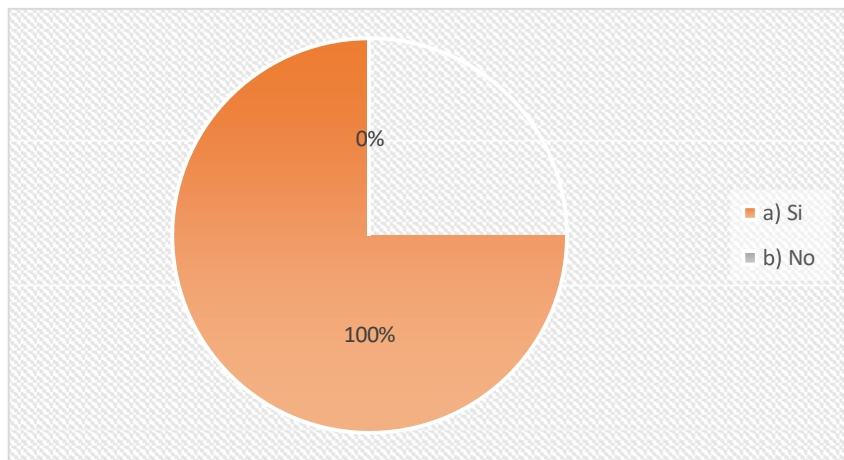


Figura 14. Contribución de la gestión de la calidad al rendimiento
Fuente. Tabla 3

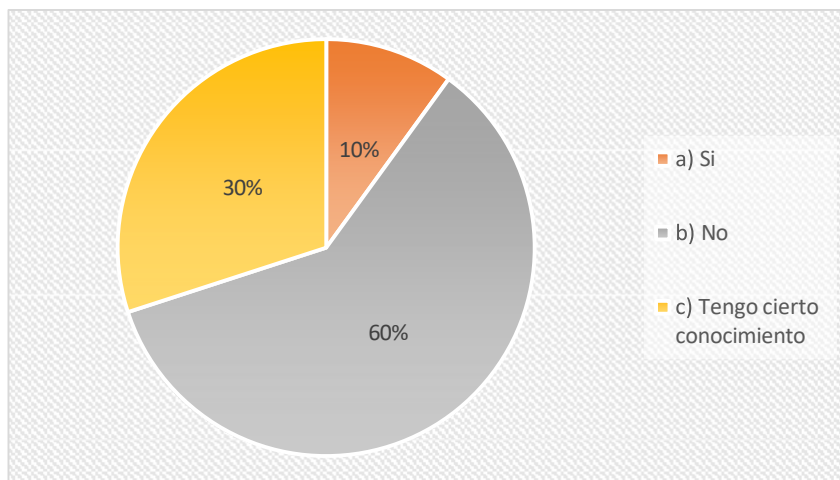


Figura 15. La gestión de calidad ayuda alcanzar objetivos y metas
Fuente. Tabla 3

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de insumos agrícolas, distrito de Moro, 2018.

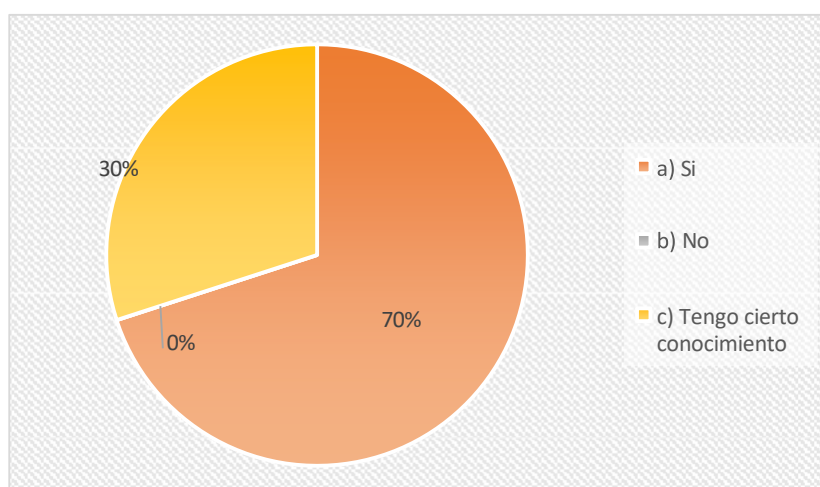


Figura 16. Conocimiento la atención al cliente
Fuente. Tabla 3

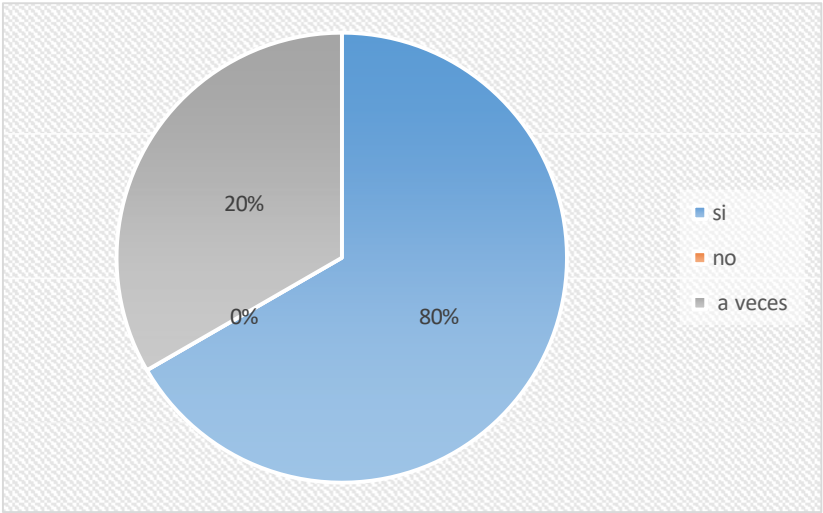


Figura 17. Aplicación de la gestión de calidad en el servicio
Fuente. Tabla 3

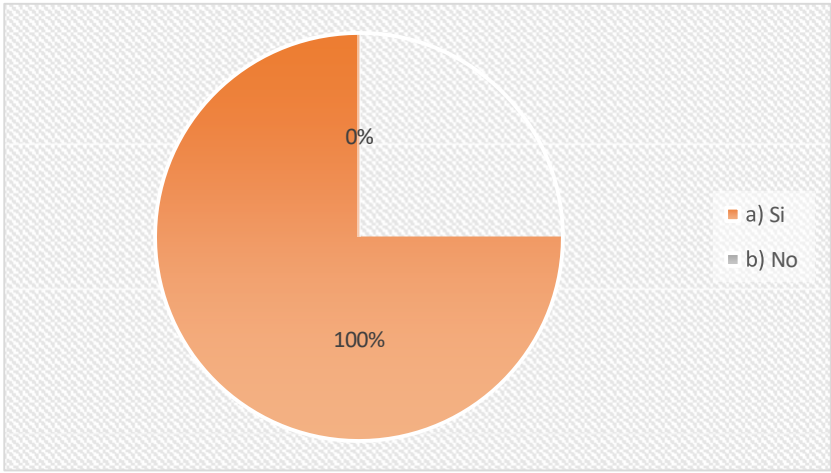


Figura 18. Calidad de atención y regreso del cliente
Fuente. Tabla 3

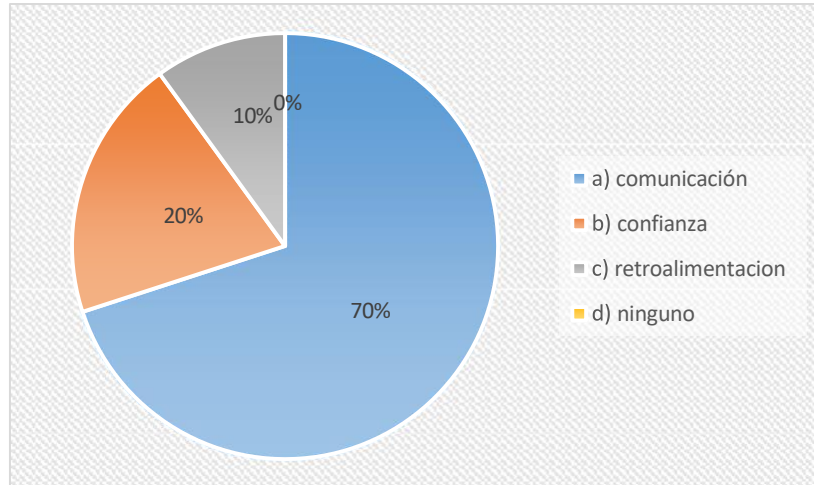


Figura 19. Herramientas para el servicio de calidad
Fuente. Tabla 3

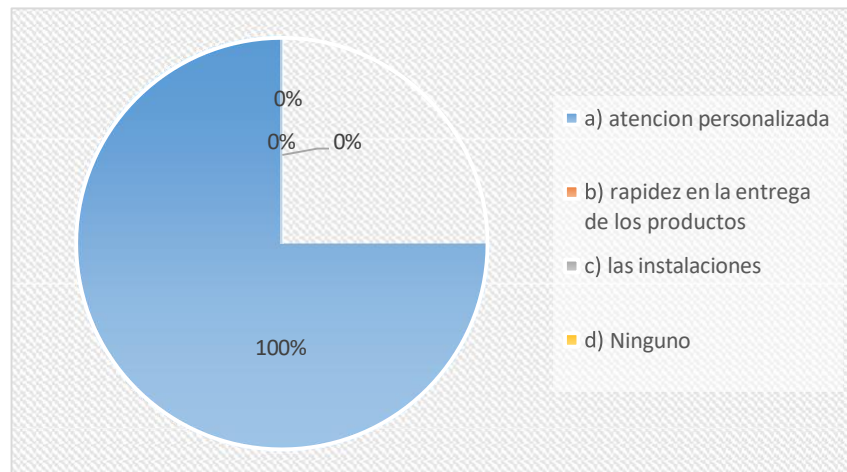


Figura 20. Factores para brindar calidad de servicio
Fuente. Tabla 3

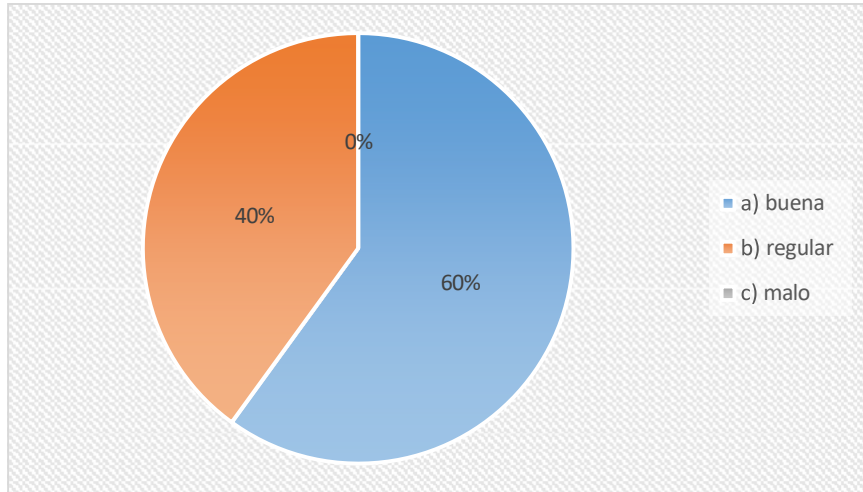


Figura 21. Calificación de la atención de calidad
Fuente. Tabla 3

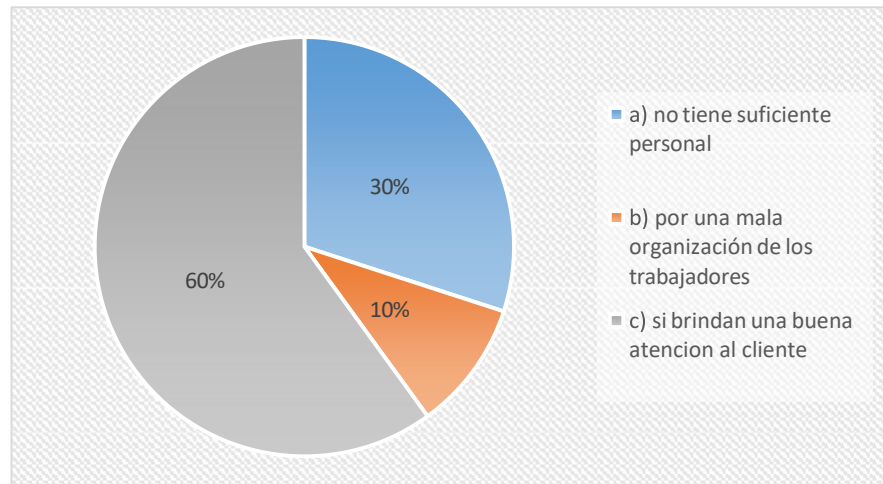


Figura 22. Razones por una mala atención al cliente
Fuente. Tabla 3

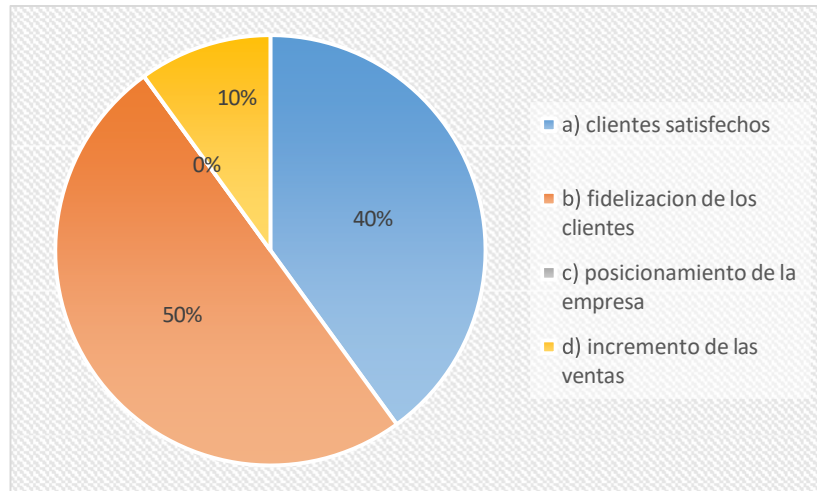


Figura 23. Resultados de una buena atención
Fuente. Tabla 3

GARCIA_FLORES_MERLY_LISSETH-bach.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

20%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

13%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo