



UCT

**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
SERVICIO – RUBRO POLLERÍAS EN EL DISTRITO DE
COISHCO, 2018

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

AUTOR

GARCIA VALLADARES, ELIZABETH VERONICA
CÓDIGO ORCID: 0000-0001-8479-4044

ASESOR

REBAZA ALFARO, CARLOS ENALDO
CÓDIGO ORCID: 0000-0002-5066-5794

CHIMBOTE – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

García Valladares, Elizabeth Veronica

ORCID: 0000-0001-8479-4044

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de
Pregrado, Chimbote, Perú

ASESOR

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

ORCID: 0000-0002-5066-5794

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de
Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Escuela
Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID ID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID ID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID ID: 0000-0002-5471-4549

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

ORCID: 0000-0002-5066-5794

Asesor

AGRADECIMIENTO

Le agradezco infinitamente a Dios, por haberme brindado la sabiduría durante toda esta etapa académica, por conducirme siempre en el camino correcto y por nunca soltarme de sus benditas manos, porque a pesar de las dificultades que haya podido tener, jamás me rendí y supe sobresalir ante cualquier obstáculo, y todo ello, con el fin de luchar siempre por lo que me he propuesto en la vida y una de ellas es ser una gran profesional y el orgullo de mis padres.

A mis padres, por sus consejos, comprensión, apoyo por cada decisión tomada en mi vida, por siempre estar a mi lado en cada momento, por no dejarme nunca sola, todo ello refleja ese amor único e incomparable, porque gracias a ellos, a todo su esfuerzo soy quien soy ahora; son personas maravillosas que siempre querrán lo mejor para mí, y de quienes estaré orgullosa siempre.

DEDICATORIA

Al forjador de mi camino, a Dios todo poderoso, el que me acompaña siempre, quien me levanta de los obstáculos que son parte de la vida, al creador de mis bellos padres quienes son muy importante en mi vida y amo con todo mi corazón.

A mis padres, por todo lo brindado, por inculcarme los valores que ahora poseo; muchos de mis logros es gracias a ustedes, quienes me formaron con reglas y libertades, pero siempre motivándome para nunca rendirme y ser siempre perseverante para el logro de mis anhelos.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo. Para el recojo de la 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 como resultado: El 50% de los microempresarios tienen de 18 a 30 años de edad ; el 60% son del género masculino ; el 50% tienen educación básica; el 80 % son dueños de la empresa; el 100% tienen de 1 a 5 trabajadores ; el 60% tienen cierto conocimiento en gestión de calidad ; el 90% conoce el término atención al cliente; el 60% tienen rapidez en la entrega de sus productos como factor para utilizar una mejor atención al cliente; el 40% obtuvo clientes satisfechos al brindar la atención al cliente. La investigación concluye que la mayoría de los microempresarios son del género masculino con una edad de 18 a 30 años, que tomaron esa iniciativa de emprender su propio negocio a pesar de tener tan solo educación básica, pero estas personas tienen poco conocimiento en gestión de calidad, lo cual esto provocaría a que la empresa no se desarrolle correctamente.

Palabras Clave: Atención, calidad, cliente, micro, empresa, pequeña.

ABSTRACT

The present research had the general objective to determine the characteristics of quality management in customer service in micro and small companies in the service sector - poultry industry in the District of Coishco, 2018. The research was non-experimental - transversal - descriptive. To collect the information, a sample population of 10 micro and small companies was used, to whom a questionnaire of 23 questions was applied, using the survey technique, obtaining as a result: 50% of the microentrepreneurs have 18 to 30 years old; 60% are male; 50% have basic education; 80% are owners of the company; 100% have from 1 to 5 workers; 60% have some knowledge in quality management; 90% know the term customer service; 60% are quick to deliver their products as a factor to use better customer service; 40% obtained satisfied customers by providing customer service. The research concludes that the majority of microentrepreneurs are male with an age of 18 to 30 years, who took this initiative to start their own business despite having only basic education, but these people have little knowledge in quality management. , which would cause the company to not develop correctly.

Key Word: Attention, quality, client, micro, company, small.

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento.....	iv
5. Hoja de dedicatoria.....	v
6. Resumen.....	vi
7. Abstract.....	vii
8. Contenido.....	viii
9. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	13
III. Hipótesis.....	39
IV. Metodología.....	40
4.1 Diseño de la investigación.....	40
4.2 Población y muestra.....	41
4.3 Definición y operacionalización de variables.....	41
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	45
4.5 Plan de análisis.....	46
4.6 Matriz de consistencia.....	46
4.7 Principios éticos.....	49
V. Resultados.....	50
5.1. Resultados.....	50
5.2. Análisis de resultados.....	55
VI. Conclusiones.....	66
Aspectos complementarios.....	67
Referencias bibliográficas.....	69
Anexos.....	75

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.....50

Tabla 2. Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.....51

Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco...52

Figuras

Figura 1. Edad de los representantes.....	89
Figura 2. Género de los representantes.....	89
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes.....	90
Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes.....	90
Figura 5. Tiempo que desempeñan en el cargo los representantes.....	91
Figura 6. Tiempo que desempeñan las Micro y pequeñas empresas en el rubro.....	91
Figura 7. Número de trabajadores de las Micro y pequeñas empresas.....	92
Figura 8. Personas que trabajan en las Micro y pequeñas empresas.....	92
Figura 9. Objetivo de la creación de las Micro y pequeñas empresas.....	93
Figura 10. Conocimiento del término gestión de calidad.....	93
Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad que conoce.....	94
Figura 12. Dificultades en los trabajadores que impide implementar la gestión de calidad.....	94
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal.....	95
Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio.....	95
Figura 15. Ayuda la gestión a alcanzar los objetivos de la empresa.....	96
Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente.....	96
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes.....	97
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que regresen a su empresa....	97
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.....	98
Figura 20. Factores que utiliza para una mejor atención al cliente.....	98
Figura 21. La atención que brinda a los clientes es.....	99
Figura 22. Motivo por el que se da una mala atención al cliente.....	99
Figura 23. Resultados que se ha logrado al brindar buena atención al cliente.....	100

I. Introducción

En España, las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) tienen un rol muy importante e imprescindibles, pues estas forman parte del motor de crecimiento de la economía nacional por su gran aporte en empleo en la Población Económicamente Activa (PEA) en un 74%, asimismo contribuyen al Producto Interno Bruto (PBI). Sin embargo, Calvo (2018) afirma que el crecimiento de la pequeña y mediana empresa española está limitado por una serie de barreras y dificultades detectadas en su crecimiento, esto es las obligaciones de burocracia, según Calvo, la gran mayoría de estas barreras se llegarían a superar teniendo una mejor planificación en ciertas áreas. Se conoce según medios electrónicos que en España el sector económico de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pyme), están compuestas por el 99.9% que equivalen a una cifra de 3'110,522 del universo Pequeñas y Medianas Empresas (PYME), dicha información es fuente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, por otra parte, las Pequeñas y Medianas Empresas (Pyme) en este país, se caracterizan por: contar con menos de 250 trabajadores, y su volumen de ventas anuales no deben excederse en los 50 millones de euros. Asimismo, dentro de la estructura económica de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pyme), encontramos el sector económico de menor escala como son las microempresas (MYPE), pero que su aporte es aún más significativo, pues conforman el 42.2 % del tejido empresarial de este país con una población de 1'314,398, una característica de estas Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) en España, es que el 85.8% de microempresas conforman el sector industrial de dicho país (Brito, 2016).

Paralelamente en España, es reconocida como el país de servicios, ya que tienen una buena imagen y una muy buena economía. Asimismo siempre tienen el interés de realizar mejoras constantes con el fin de que el cliente salga satisfecho al comprar un servicio, siendo estas Micro y Pequeñas Empresas (Mype) las que siempre querrán superar la calidad de forma continua. Para ellos, hay diferencia entre calidad de servicio como la del producto en sí, porque para ellos es indispensable el trato que pueda tener el personas con el cliente, en saber escuchar, la paciencia, la amabilidad, al recibir una llamada también mostrar cortesía. El que vende el servicio siempre tiene controlada la venta ya que mostrará esa confianza, y sobre todo la seguridad ante el cliente (Chávez, 2016).

En Chile, según estudio emitido por el Servicio de Cooperación Técnica Sercotec (2012) que depende del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, afirman que la situación de las Micro y Pequeñas Empresas, están conformadas por 1,5 millones de Micro y Pequeñas Empresas, representando el 95.5% de manera formal y generando un aporte del empleo del 49.3%, mientras que en las microempresas informales llega a 710 mil. Este país ha obtenido un buen avance en el desarrollo de este sector económico donde por ejemplo en el gobierno del señor presidente Sebastian Piñera, se enfocaron en el apoyo al emprendimiento, fomentando la microempresa familiar, denominada “Tu empresa en un día”, donde generó gran cantidad de puestos de trabajo, creando 100 mil emprendimientos en tan solo cuatro años. En Chile se conoce la participación empresarial por parte del género masculino alcanzando una gran escala, constituidas por personas naturales y EIRL, las cuales representan un 60.7% y 77.1%, cifra que supera a la participación del género femenino con tan solo 39.2% y 22.9%, es decir que el emprendimiento

por parte de la población Chilena, se centra en la mayoría hombres. Por otra parte este crecimiento de las micro y pequeñas empresas, el 48.7 % son familiares (Ministerio de Economía Fomento y Turismo, 2017). Chile también es uno de los países donde muestra mayor rentabilidad en las Micro y Pequeñas empresas, ya que su aporte al Producto Interno Bruto es del 60%, según estudios, son las empresas familiares las que más destacan, ya que hay oportunidades de trabajo para la población, y más facilidades de contratación de personal, y con poco riesgo de deudas, es decir existe una buena relación con aquellas personas que requieran o necesiten un empleo, ya que estas empresas les brinda las mejores facilidades (Diario el Mostrador, 2017).

El 98.5% de las Pequeñas y Medianas Empresas son formales, donde el 65% fomenta el trabajo, es por ello que hoy en día tiene un espacio muy importante este grupo de empresas, porque son grandes fuentes de trabajo para la población. Asimismo existen casos de excelencia en gestión de calidad que ha sido un ejemplo para la población Chilena siendo la empresa Jardín Infantil Kutralwe de la comuna de San Miguel en la región metropolitana por su educación de excelencia. En este país se ha desarrollado la Redcalidad, es decir a través de un software como servicio, y una gestión de excelencia; asimismo se ha dado a conocer el QServus, sirve para medir la calidad de servicio para cualquier tipo de empresa, dentro de ellos se encuentran los restaurantes de la Barnechea, con el fin de crear un buen desarrollo en la gastronomía de calidad y también se aplica a las pequeñas empresas Chilenas (Portal Pyme, 2016).

En Brasil, existe 6,5 millones de Micro y Pequeñas Empresas, donde el 52% los empleos son formales. Las Micro y Pequeñas Empresas, han generado muy

buenas oportunidades de trabajo produciendo un 75.7% en puestos de trabajo, generando una buena colaboración en lo que respecta al empleo, y a la vez el sueldo para el personal contratado ha sido muy beneficioso, ya que ha incrementado en un 14% (América Economía, 2012). Actualmente Brasil es el séptimo país con una muy buena economía en lo que respecta al Producto Interno Bruto (PIB), donde millones de personas han podido superar su economía gracias a las oportunidades y facilidades que les brinda este sector Micro y Pequeñas Empresas, con el fin de mejorar su calidad de vida, reduciéndose la pobreza en un 89%; este país ha logrado minorar la desemejanza. Las Micro y Pequeñas Empresas, ha formado un promedio de 16,6 millones de empleos formales, aportando el 20% del Producto Interno Bruto (PBI); por lo que también el Servicio Brasileño de Apoyo, a las Micro y Pequeñas Empresas, también ha impulsado a la formalización de este mencionado sector, lo cual ha producido el financiar la retención salarial; el Servicio Brasileño de Apoyo (SEBRAE) ha sido un gran apoyo para las Micro y Pequeñas Empresas, atendiendo 1,5 millón de atención a este sector, que gracias a ellas, ha mejorado la calidad de vida en el país. Este grupo, es una entidad que fomenta la tecnología y los recursos necesarios, innovando también las micro y pequeñas empresas de acuerdo a sus necesidades (Forlac, 2014).

En Brasil, las ventajas para las pequeñas y medianas empresas, es la certificación de normas de calidad, refiriéndose al Sistema de Gestión de la Calidad de cualquier grupo, tamaño y actividades de la empresa, con el fin de satisfacer las necesidades y las expectativas de sus clientes, vender productos o servicios de acuerdo al uso del cliente y ser el más tentador en el mercado y la competitividad. Otras normas de calidad que se certificarían hoy en día en Brasil es el Sistema de

Gestión Ambiental como también la de higiene, que son factores fundamentales para una gestión de calidad en las pequeñas y medianas empresas. El gobierno brasileño, generó las medidas para apoyar a las micro y pequeñas empresas, que para el gobernante será un factor importante para combatir el desempleo, que ha llegado al país en un 11.8%. Estas empresas se beneficiarían fuertemente con la certificación (IeralPyme, 2018).

En Bolivia, existe el 94% de Micro y Pequeñas Empresas , generando un empleo del 83% , y con un aporte al Producto Interno Bruto (PIB) del 25%, lo cual es sumamente importante para la comunidad boliviana, ya que se dan las facilidades u oportunidades de trabajo, donde mayormente estas micro y pequeñas empresas se dedican a la producción y servicio en dicho país, que a su vez beneficia a los microempresarios generando utilidades e ingresos, y estas empresas el 50% funcionan en su vivienda particular (Bazurco, 2014).

Asimismo, existe un registro e información para estas empresas, lo cual consiste en la certificación con el fin de que estas marchen legalmente; en este caso si las Micro y Pequeñas Empresas, funcionaran en sus propias viviendas, estas tienen que ser adecuadas para implementar las maquinarias y demás herramientas que serán necesarias para su operatividad (Ayma, 2017). Asimismo en Bolivia, existe una buena calidad emprendedora, donde su financiamiento ha sido muy acogedora y rentable; en el sector servicios, señala que entre hoteles y restaurantes son las más acogedoras, mientras que en el sector comercio es la venta al por mayor y menor de cualquiera de sus productos (La Razón Editorial, 2012).

En México, existen 4 millones de empresas, el cual el 97.6% son microempresas, y el 75% de la población labora para ellas, y el sector comercio es el más acogedor del país mostrando un 56.5% en negocios, mientras que el 32.4% se realiza en el sector servicio del mencionado país. Asimismo, cabe mencionar que solo el 12% de estas microempresas han alimentado conocimientos a su personal por medio de capacitaciones. Cuando existen percances o riesgos en estas microempresas solo la mitad de ellas toman acciones de prevención o solución ante el problema que se les pueda presentar. El 25.9% de las microempresas, solucionan sus problemas después que ya han dado por hecho las consecuencias, y el 39.6% las pequeñas empresas y solo el 9.8% de las microempresas ponen en prácticas los instrumentos para las mejoras, y el 30.9% las pequeñas empresas (Ramos, 2016). Las Micro y Pequeñas Empresas (Mype) en México generan trabajo en un 72%, y en cuanto al aporte al Producto Interno Bruto (PIB) es del 52% (Condusef, 2017).

Paralelo a ello, en este país existe una gran potencia de competitividad y sobre todo para los empresarios es necesario siempre aplicar las principales herramientas para su productividad y competencia. Las microempresas alcanzan solo el 16% en productividad, mientras que la pequeña empresa alcanza el 35% y la mediana empresa llega a 60%, lo cual los grupos de Micro y Pequeñas Empresas, tratan de enfrentarse para cerrar la brecha de productividad con el fin de subir la competitividad; para ellos, el innovar productos y servicios de calidad es sumamente importante, todo ello para una mejoría en calidad de gestión. La calidad es fundamental para alcanzar y cumplir los objetivos propuestos en las empresas cual sea el tamaño (Camarena Adame, Saavedra García, & Tapia Sánchez, s/f).

En Perú, las Micro y Pequeñas Empresas, cumplen un papel sumamente importante para el desarrollo social y económico, porque gracias ellas se genera el trabajo para la sociedad con el fin de generarles ingresos y mejorar su calidad de vida. Asimismo, el estado también estableció un marco normativo para este grupo de empresas, con la finalidad de que los costos de transacción y la tributación no dejen de ser reconocidas formalmente, ni mucho menos frenen el crecimiento. Actualmente la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), dio a conocer que se responsabilizará del gasto de la emisión de comprobantes para las Pequeñas y Medianas Empresas, informándose también que, al 2019 cerca de 140000 empresas que cuenten con ventas iguales o inferiores a 300 UIT es decir S/1.24 millones, podrán contar con el certificado digital sin costo alguno, ya que esta institución, asumirá dicho gasto. Cabe resaltar que el certificado digital es el medio técnico formal que va a garantizar la identidad de un microempresario al momento de emitir el comprobante de pago electrónico. Al respecto, hoy en día existe un 95% de empresas formales que equivale a 1'652,071, aportando un 98.8% en trabajo para la sociedad, y aportando al país el 24%. En el sector comercio hay el 44.1%, mientras que en el sector servicio el 41.5%. (Barraza, s.f).

La calidad del servicio en el rubro pollerías en este país, es buena pero también surgen los riesgos de que la atención al consumidor no sea la adecuada. Es indispensable conocer que el cliente tiene que estar satisfecho, siendo un factor importante, ya que por medio de la variable, se busca la solución o la mejora mediante las estrategias.

A nivel regional, en Ancash, en el sector servicio al 2016 existen 718,008 de Pequeñas y Medianas Empresas, lo cual equivale al 41.5%, y existen 48,051

formales. Asimismo, el gobierno de Ancash, hizo de conocimiento que, al haberse aprobado la Ley del IGV, justo será más de 30,000 Micro y Pequeñas Empresas aproximadamente que tendrán el beneficio en la tributación para su formalización. En el primer encuentro regional de empresas innovadoras, la Asociación de las Micro y Pequeñas Empresas, dieron a conocer lo indispensable que es contar con el Parque Industrial que sería en el sector de Piruruyoc, en el distrito de Independencia – Huaraz, con el fin de que estos emprendedores puedan ser ubicados en dicho lugar. (Produce, 2016).

En Chimbote, según la Superintendencia Nacional de Administración tributaria (SUNAT), da a conocer que existe el 58% de microempesarios en la provincia del Santa y el 40% y el 8% en los distritos de la provincia, asimismo, en Chimbote existen 9,095 Micro y Pequeñas Empresas. La problemática de este sector, es que este tipo de empresas necesita más las políticas de estado para que estas influyan en una mejora de la calidad de gestión y sobre todo mejorando la recaudación de impuestos (Tume, 2016).

En el Distrito de Coishco, donde se realizó el proyecto de investigación, existen microempesarios jóvenes, que tienen poca noción del término gestión de calidad, que conlleva a la falta de un manejo administrativo eficiente, sin tener el apoyo de sus trabajadores, ya que la dificultad que tienen los trabajadores para aplicar también la gestión de calidad es que su aprendizaje es lento; asimismo, conocen el término atención al cliente pero de cierta forma no lo ponen en práctica como debería de ser en toda empresa.

Por lo antes descrito, se planteó el siguiente problema de investigación ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018?.

Para dar respuesta a la pregunta antes indicada, la presente investigación tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.

Para el logro de este objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos. Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018. Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el Distrito de Coishco, año 2018.

Esta investigación se justifica porque permitió conocer las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del Distrito de Coishco, 2018.

Se justifica porque permitió conocer las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.

Se justifica porque permitió conocer las características de una gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.

Asimismo se justifica, porque la mayoría de Micro y Pequeñas Empresas, toman a sus colaboradores por necesidad de cubrir un puesto de trabajo sin que estos tengan la preparación adecuada que signifique una buena atención al cliente, muchas veces el cliente se aleja de estas empresas por una descortés atención. Estas son las consecuencias que muchas veces no son observados por los microempresarios conllevándoles a que se desaparezcan del mercado por una mala gestión. Por ello, para evitar este tipo de negativas, se debe de preparar a los colaboradores o personal para poder brindar correctamente un servicio o producto a los clientes, cumpliendo siempre sus expectativas.

Se justifica para que los microempresarios tengan conocimiento de lo importante que es la calidad de gestión, y en base a esto tomar decisiones para invertir con confianza porque el negocio a emprender será rentable siempre y cuando sepan aplicar un proceso administrativo que les permita tener significativas utilidades y manteniendo una cartera de clientes quienes juegan un papel importante en el crecimiento empresarial.

Finalmente la presente investigación se justifica para que los estudiantes, microempresarios y comunidad en general puedan acceder a la presente investigación y tomarlos como fuente de información o de consulta para mejorar el desarrollo de las MYPE o como fuente bibliográfica y académica.

Para la presente investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo. Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a la variable gestión de calidad en atención al cliente, ya que se presentó de acuerdo a la realidad sin sufrir alguna dificultad. Fue transversal porque el proyecto de investigación se realizó en un espacio y tiempo determinado, teniendo un inicio y fin específicamente en el año 2018. Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente, tal y como se presenta en la realidad las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el distrito de Coishco.

Asimismo, para la recopilación de la investigación, se utilizó una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, obteniendo como resultado: El 50% de los representantes encuestados tienen de 18 a 30 años; el 60% son del género masculino; el 50% tienen educación básica como grado de instrucción; el 80% son dueños de las MYPES; el 100% tienen de 1 a 5 trabajadores; el 60% tienen cierto conocimiento del término gestión de calidad; el 50% de los trabajadores tienen un aprendizaje lento que suele ser una dificultad que impide implementar la gestión de calidad; el 90% conoce el término atención al cliente; el 60% tienen la rapidez en la entrega de los productos, como factor para utilizar una mejor atención al cliente; el 40% ha logrado obtener clientes satisfechos al brindar una buena atención al cliente. La investigación concluye que la mayoría de los microempresarios son dueños de sus negocios y jóvenes aún que tomaron esa decisión de mejorar su calidad de vida a través del emprendimiento y/o creando su propia empresa, pero cabe resaltar que la mayoría de estos representantes carecen de noción en cuanto a gestión de calidad, no poniéndolo en práctica

adecuadamente, realizándolo de acuerdo al proceso administrativo que toda organización debe considerar con el fin de que haya buenos resultados; asimismo el tener trabajadores donde su aprendizaje es lento, no es una ayuda o aporte para la empresa, ya que sería un atraso para su desarrollo.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Villalba (2016) en su investigación *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora en Ecuador, 2016*, tuvo como objetivo general: Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos; y como objetivos específicos: Determinar las posibles causas que afectan a las expectativas del cliente por parte del servicio que obtienen; establecer un diagnóstico de la calidad de servicio y atención al cliente que ofrece cada uno de los restaurantes; y definir estrategias de mejora que permitan brindar un servicio de calidad al cliente. La presente investigación tuvo como metodología descriptiva y técnicas de investigación, donde se aplicaron encuestas hacia el cliente externo que estuvo formada por 15 preguntas cerradas y una abierta y encuesta dirigida al cliente interno para determinar el estado de satisfacción laboral, que consta de 14 preguntas cerradas y una abierta. Esta investigación obtuvo como resultado que, en el restaurante Azuca Beach, el 38% de los 114 encuestados, está de acuerdo con la satisfacción del cliente, el 33% está de acuerdo que en el tiempo de servicio estuvo dentro de lo esperado, Con respecto a si el servicio en general fue satisfactorio para los encuestados, el 55% está de acuerdo con ello. En “Azuca bistro”, con respecto a la amabilidad y respeto del personal, el 52% está de acuerdo, el 41% del total de clientes encuestados están de acuerdo en que el tiempo de servicio estuvo dentro de lo esperado. En “Q Restaurant”, la percepción de los clientes con respecto a la amabilidad y respeto por parte del personal del restaurante es que el 27% no está de

acuerdo ni en desacuerdo, el 35% no está de acuerdo ni en desacuerdo con el tiempo de servicio. La investigación tuvo como conclusión que, con los resultados obtenidos de las encuestas, se ha elaborado una serie de propuestas o estrategias para mejorar el servicio y la calidad de atención al cliente, así como estrategias para renovar el ambiente laboral, y de esta manera poder brindar un valor adicional al cliente, y en cuanto al uso del sistema de medición de calidad empleado, se pudo constatar que este se ajusta y es congruente con los resultados que se requería obtener, sin embargo, es necesario adicionar otras escalas de medición, como por ejemplo la medición del tiempo entre el cual el cliente acude al establecimiento y el tiempo de recibo de su orden solicitada, que repercute en la percepción del servicio otorgado.

Antecedentes Nacionales

Pascual (2015) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas Iso 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes (pollerías) del Distrito de Huaraz, 2015*, tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015, y como objetivos específicos fue: Determinar las principales características de los gerentes de las micro y pequeñas empresas, del sector servicios- rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015; Determinar las características de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en el micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015. La metodología en el presente trabajo de investigación fue de nivel cuantitativo, tipo descriptivo; en cuanto al diseño de la investigación fue no experimental, de diseño, transeccional (transversal). Esta

investigación tuvo como resultado, que el 49% los gerentes encuestados señalan tener entre 41 a 59 años ; 69% de gerentes encuestados son varones ; y el 42,9% de los gerentes cuentan con estudios superiores universitarios incompletos; asimismo 66% de los administradores de los restaurantes pollerías indica que siempre utilizan las políticas de calidad ; 46% señalan que casi siempre cumplen con los objetivos de la empresa ; y el 63% señalan de los encuestados indican que casi siempre asignan los recursos de manera adecuada, porque una buena distribución de recursos permitirá el buen desarrollo del sistema de gestión de calidad; asimismo el 69% mencionan que el ambiente del trabajo es adecuado; 43% indican que a veces documentan el producto; 49% señala que casi siempre controlan los procesos de elaboración del producto; 51 % señala que casi siempre realizan seguimiento a la satisfacción del cliente y 40 % mencionan que solo a veces controlan la deficiencia y acciones de mejoramiento. Esta investigación tuvo como conclusión que, que los gerentes, administradores o dueños de las MYPES rubro restaurantes pollerías no aplican en su totalidad el sistema de gestión calidad basado en la norma ISO 9001, se observan resultados en el que se perciben deficiencias tales como la política de calidad, logro de los objetivos planteados, condiciones del ambiente de trabajo, la documentación de los procesos de elaboración de los alimentos, control durante las etapas de elaboración del producto, seguimiento a la satisfacción del cliente y control de deficiencias (quejas y reclamos).

Campos (2016) en su investigación *La gestión de calidad y el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016*, tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad y el financiamiento de las micro y pequeñas

empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016, y como objetivos específicos: Describir las principales características del representante legal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016; Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016; Describir las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016, y Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande , año 2016. La metodología de esta investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población en estudio estuvo conformado por 06 MYPE del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016, en cuanto a la muestra no se seleccionó, solo se trabajó con el 100% de la población, la técnica que se aplicó fue a través de encuesta y como instrumento el cuestionario que se dará a que respondan las personas encargadas de las micro y pequeñas empresas quienes a veces se encuentran dirigidas por los mismos dueños, se utilizó tablas y fórmulas estadísticas así como también el programa EXCEL. Esta investigación tuvo como resultado que, El 66.7% 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 una edad entre los 31 a 50 años, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son casados, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas han concluido sus estudios secundarios, el 66.7% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 4 a más años de antigüedad en el rubro, el

100% de las Mypes trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores, el 100% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas, no conocen el término gestión de calidad, el 100% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas no cuentan con una estrategia de gestión de calidad, el 83.3% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas, manifestó que la empresa no se basa la empresa a su crecimiento en las características del servicio que brinda, el 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas reconocieron que no cuentan con áreas administrativas como estrategias de gestión de calidad, el 83.3% mencionaron que la empresa no evalúa la eficacia y eficiencia de la operación, mediante el control de procesos. Esta investigación tuvo como conclusión que, en la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016, no tienen conocimiento sobre gestión de calidad, pero si buscan dar soluciones a los problemas de su micro y pequeña empresa haciendo uso de experiencias similares sucedidas anteriormente.

Antúnez (2016) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la Ciudad de Huarney, 2016*, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016; y como objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la Ciudad de Huarney, 2016; Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro

restaurantes, en la Ciudad de Huarney, 2016; Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la Ciudad de Huarney, 2016. La metodología de la investigación que utilizó fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, realizándose un sondeo obteniendo una población de 26 micro y pequeñas empresas, donde se determinó una muestra dirigida a 22 micro y pequeñas empresas. Este proyecto de investigación obtuvo los siguientes resultados: El 72,7% tienen una edad entre 31-50 años de edad, el 63,6% de los representantes son de género masculino, el 45,5% tienen un grado de instrucción superior, el 63,6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, el 68,2% de las Micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, el 59,1% si están aplicando una gestión de calidad, el 40,9% manifiestan usar la mejora continua como técnica de gestión en su negocio, el 36,4% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes el buen trato, el 59,1% señala que una atención de calidad contribuye en un aumento de ventas para el negocio. La investigación tuvo como conclusión que la mayoría de las Mypes encuestadas están aplicando una gestión de calidad, y usando la técnica de mejora continua, planificando sus actividades. Así mismo, la mayoría prioriza el buen trato al cliente, contribuyendo al aumento de ventas en su negocio.

Antecedentes Locales

Valverde (2015) en su investigación *Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, mercado el progreso, Distrito de Chimbote, 2015*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del

sector servicio – rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015; y como objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015; determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015; determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015. La metodología que usó en la investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo, cuantitativa; se realizó con una población de 7 Micro y Pequeñas empresas rubro restaurante del mercado El Progreso año 2015 de las cuales se estudió a toda la población. Este proyecto de investigación tuvo como resultado que, el 57,1% de los representantes tiene de 51 a más años y cuentan con grado de instrucción primaria. El 100% son de género femenino y ejercen el cargo de dueño. El 85,7% desempeñan el cargo de 7 a más años. El 85,7% menciona que el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro es de 7 a más años. El 100% cuenta con 1 a 5 trabajadoras. El 71,4% menciona la creación de su empresa para generar ganancia. El 71,4% recibe capacitación de otras instituciones. El 42,8% se capacitó en preparación y manipulación de alimentos. El 71,4% si capacitó a su personal, en atención al cliente. El 85,7% percibe que ha mejorado el conocimiento de su personal. El 71,4% menciona a la capacitación como una inversión. La conclusión de este proyecto de investigación fue que, las Mypes en estudio están siendo lideradas por mujeres cuyas edades en más de la mitad pasan los 51 años, siendo dueñas y administradoras de sus propios negocios, contando con un máximo de 5 trabajadoras,

quienes reciben capacitación por parte de la Municipalidad Provincial Del Santa, considerándola como una inversión.

Aranda (2016) en su investigación *La gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Casco Urbano de Chimbote, 2016*, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016; y como objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Casco Urbano de Chimbote, 2016; determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Casco Urbano de Chimbote, 2016; y determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Casco Urbano de Chimbote, 2016. La metodología de la investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptiva, donde la población estuvo constituida por 149 micro y pequeñas empresas utilizándose como muestra a 27 micro y pequeñas empresas, donde tuvo como resultado que el 40.74% de los encuestados tiene el cargo de administrador de la empresa y el 48.15% de los encuestados tiene de 6 a más años en el cargo respecto a las micro y pequeñas empresas: El 59.26% de los restaurantes tiene de 1 a 5 trabajadores en el negocio y el 59.26% de los restaurantes fueron creados con la finalidad de crear ganancias Respecto a gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total: En el 88.89% de los restaurantes se establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar y en el 63% de los

restaurantes se proporciona a sus clientes información acerca del proceso de preparación de alimentos. Esta investigación tuvo como conclusión que, la mayoría de los representantes legales tienen de 6 a más años en el cargo (48.15%), en la mayoría de los restaurantes los trabajadores no son ni familiares ni amigos del propietario (44.45%) y se establece los logros, criterios y estrategias las cuales serán parte del servicio a brindar, se realiza un seguimiento detallado de los problemas que se podrían darse en el proceso de preparación de alimentos (92.59%).

Vásquez (2016) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, Chimbote, 2016* tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollería, Chimbote, 2016; y como objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollería, Chimbote, 2016; determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollería, Chimbote, 2016; y determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollería, Chimbote, 2016. La metodología de este proyecto de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo; se tuvo a 15 micro y pequeñas empresas donde la muestra se dirige a 12 micro y pequeñas empresas. Para el recojo de información se obtuvo el siguiente resultado: El 75% de los representantes tienen edad entre 31 a 50 años. El 66,7 % son masculino. El 75% tienen instrucción superior universitaria. El 50% tienen de 7 años a más en el rubro. El 100% de las Mypes son formales. El 83,3% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 58,3%

si aplican una gestión de calidad. El 50% aplican la técnica de mejora continua. El 50% consideran importante planificar sus actividades. El 50% capacitan anualmente al personal en atención al cliente. El 75% consideran más importante la amabilidad para la atención al cliente. El 75% consideran que brindar una atención calidad contribuye a aumentar las ventas. El 66,7% pocas veces atienden y dan solución a los reclamos. Finalmente este proyecto de investigación tuvo como conclusión que, la mayoría de las Mypes si están aplicando una gestión de calidad, aplican la técnica de la mejora continua, consideran importante la amabilidad, per capacitan anualmente, y pocas veces atienden y dan solución a los reclamos de los clientes.

Abanto (2017) en su investigación *Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, Distrito de Coishco, 2017*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, Distrito de Coishco, 2017, y como objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, Distrito de Coishco, 2017; determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, Distrito de Coishco, 2017; y determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, Distrito de Coishco, 2017. En la metodología de esta investigación, se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo – cuantitativa; asimismo, la población del estudio está conformada por 8 micro y pequeñas empresas, lo cual para desarrollar la investigación, se aplicó la

encuesta al 100% del total de la población en estudio. Esta investigación obtuvo como resultado que, el 75,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene una edad entre 18 a 30 años. El 85,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino. El 62,5% son los dueños. El 75,0% tienen entre tiene entre 1 a 5 colaboradores. El 75,0% fueron creadas para generar ganancias. El 62,5% de los representantes aplican en su gestión el Liderazgo empresarial. El 62,5% aseguran que el personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad. El 62,5% aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 75,0% si se capacitan. El 62,5% de los trabajadores si han recibido 1 curso de capacitación este último año. El 50,0% de los trabajadores han recibido la capacitación en el tema de Dirección empresarial. El 100,0% consideran que la capacitación es una inversión. Finalmente este proyecto tuvo como conclusión que, la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, si aplican gestión de calidad, ya que utilizan el liderazgo como herramienta, así también capacitan a su personal en el tema de dirección, puesto que los microempresarios consideran que la capacitación es una inversión.

2.2. Bases teóricas y marco conceptual

Teoría de las MYPE

Las MYPE, es aquella sociedad económica que está conformada por aquella persona natural, como también jurídica que desempeña sus funciones organizadamente, haciendo uso de técnicas administrativas y recursos necesarios que permitan producir productos o crear servicios a fin de ubicarlos en el mercado para satisfacer necesidades sociales de la población y paralelamente obtener ingresos o rentabilidad. Asimismo, hoy en día las MYPE realizan sus operaciones mediante la adaptabilidad para innovar sus productos y asimismo los servicios a través de la tecnología (Bernilla, 2018).

Características de las MYPE

En la ley MYPE N°28015, las categorizaciones se muestran como: Micro Empresa, que abarca de 1 hasta 10 trabajadores, que las ventas anuales son hasta la cantidad máxima de 150 Unidades Impositivas Tributarias; y una pequeña empresa, rige de 1 hasta 100 trabajadores y sus ventas al año superan las 150 UIT hasta el monto de 1700 UIT (Ley N°28015, 2003).

Importancia de las Mype

En la actualidad las MYPE tienen un papel fundamental para el país, puesto que por su aporte se ve reflejado en el PBI (Producto Bruto Interno), asimismo estos son principales generadores de empleo para la PEA (Población económicamente activa), según el ministerio de trabajo y promoción del empleo (como cito Barraza, s/f) afirma que: “las Mypes aportan con un 40% al PBI y con un 80% a la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que genera; sin embargo el desarrollo de dichas

empresas se encuentran estancados, principalmente por un sistema tributario estable”(pg. 127). Esto indica que las MYPE, en sí, es el principal motor de emprendimiento que repercute en el crecimiento y sostenibilidad del país, que mediante ello, se logra satisfacer distintas necesidades sociales de la población.

Formas de constitución de las MYPE

Las MYPE en este país están constituidas por personas naturales, que tienen un negocio independiente y la noción para cumplir con las obligaciones y responsabilidades que sean necesarias en el desarrollo de su empresa, lo cual está considerada como rentas de tercera categoría, que a su vez este representante emprenderá las actividades de su empresa, donde aportará los recursos económicos, con el fin de obtener ingresos.

Además, las MYPE, también están constituidas por personas jurídicas, quienes asumen obligaciones y responsabilidades. Son organizaciones, que están creadas con el fin económico para su posicionamiento en el mercado (Bernilla, 2018).

Gestión de calidad

Son principios que toda organización debe aplicar para un correcto manejo administrativo y cumplimiento de sus funciones, aplicando estrategias para la mejora continua que es sumamente indispensable en las empresas para el logro de sus objetivos. Asimismo, estos principios se enfocan en una infraestructura empresarial donde está relacionado con el liderazgo, una buena planificación, el uso correcto de los recursos, una buena gestión de información y como también de los proveedores.

Conceptos básicos de la calidad

Antes, la calidad se consideraba dentro del producto, que promovía la fiscalización, verificando y excluyendo los productos defectuosos de acuerdo a las particularidades verificadas. Luego, se estimó que al excluir esos productos sin calidad, generaría un costo importante para las organizaciones, ya que este costo sería una desventaja para la competencia, que debería repercutir en los productos conformes. Por ello, podemos hacer mención que la calidad, es el punto donde las características se agrupan lo cual se enfocan en las expectativas y las necesidades de los consumidores (Cortés, 2017).

La calidad en el proceso administrativo

Todas las empresas, y definitivamente los empresarios, tienen muy claro sus metas y/o objetivos para el buen desarrollo de su compañía, que para ellos es sumamente importante estar a disposición de los consumidores o clientes mediante el producto o servicio que las empresas puedan ofrecer, satisfaciendo sus necesidades y gracias a ello, se obtenga resultados positivos en sus actividades. Es necesario hacer mención que, la calidad atribuye a la producción y a la atención al cliente; pero hay casos en que el que administra la empresa no logra identificar la definición de calidad al proceso administrativo, donde aplicar este proceso, llevará a que la organización esté o mantenga su posición en el mercado (Cámara, 2017).

ISO 9000

Según Cortés (2017) ISO “es una organización internacional independiente, no gubernamental. Cuenta con 163 organismos nacionales de normalización, que comercializa normas internacionales voluntarias y relevantes” (p.29). Esto indica que, estos individuos informantes son naciones que no cuentan con una organización estandarizada, quienes no son partícipes en la proclamación de estándares.

Teoría de atención al cliente

Es un servicio esencial que brinda una empresa a sus clientes y para ello, los colaboradores tienen que estar siempre preparados para conseguir mantener al cliente satisfecho, lo que motivará mantener vigente en el mercado, hecho que significará el beneficio económico para la empresa y los trabajadores. Una atención al cliente deficiente, hará que estos se alejen y la empresa quebrará.

Concepto e identificación del cliente

El cliente es la persona o empresa que adquiere algún bien o servicio para satisfacer sus necesidades a cambio de pagar dinero por el costo del servicio. Para las empresas, el cliente es la razón más importante por la cual se producen y se comercializan los bienes y servicios. Para la identificación de los clientes, se tiene que tomar en cuenta lo siguiente:

- Al comprador; aquella persona que compra algún bien o servicio para su consumo o también para otros motivos que probablemente no sea él quien los utilice.
- Al usuario; quien se encarga de usar el bien o servicio para su uso personal.

- El consumidor; que es la persona que compra un bien o servicio con el fin de consumirlo, ya sea en una tienda.

Los consumidores también se pueden diferenciar según sea la conducta que estos tengan, como por ejemplo: por impulso, que compran sin estar informados si es conveniente o no, lo hacen sin haberlo deseado, también por el valor del producto, ya que estas personas compran tomando en cuenta el precio y la calidad del producto o servicio, después por simple curiosidad, es decir, solo compran porque quieren variar de producto o servicio; y finalmente se diferencian por ser consumidores prácticos, que lo hacen porque han recibido la información acerca del valor del bien o servicio (Tarodo, 2014).

El Servicio de atención al cliente

El servicio de atención al cliente, refleja la atención respectiva a la demanda que las personas realizan a los establecimientos o empresas, con la finalidad de brindarles de manera rápida y sobre todo personalizada la información que el cliente necesite, es decir, cumplir con sus expectativas e inquietudes acerca del producto o servicio que hayan adquirido. Además, los principales objetivos que busca la atención al cliente es acercar a los clientes a la empresa y lograr que todas las inquietudes sean solucionadas para conseguir una buena calidad en los servicios de información al cliente (Ramos, 2014).

Decálogo de la atención al cliente

Se logra altos estándares de calidad en cuanto al servicio al cliente cuando las empresas toman en cuenta que, el cliente está por encima de todo, es decir, que tienen que tener presente siempre al cliente, brindándoles la información que ellos

requieran para poder consumir el producto o servicio, asimismo, muchas veces ellos solicitan cosas imposibles, pero es allí donde la empresa tendrá que hacer el esfuerzo por cumplir con las expectativas, mostrar ganas de atenderlos como se merecen hasta lograr conseguir lo que ellos deseen, deben cumplir con lo que prometen y evitar actuar con engaños, es un punto a favor de la empresa dar al cliente más de lo que espera, enfocándose en sus necesidades y sus deseos (Ramos, 2014).

El control de los procesos de atención al cliente

El control en el proceso de atención al cliente es de suma importancia para toda empresa, ya que esto generará la fidelidad del cliente. La empresa tiene que mantener un estricto control, hacer que se cumpla todas las políticas de atención, mecanismos y el capital humano. Para un buen control del proceso de atención al cliente es necesario que la empresa valore la determinación de las necesidades del cliente, es decir, preguntarse ¿Quiénes son sus clientes? ¿Qué es lo que busca la persona con las que va a tratar? ¿Cuál es el tipo de servicio que brinda el departamento de atención al cliente? ¿En qué tipo de servicios fallan para la atención al cliente? ¿De qué manera el departamento de atención al cliente coopera para la fidelización de la marca y el producto? ¿Cuál es el impacto de la gestión del cliente? ¿De qué manera se puede mejorar?. Todas estas interrogantes tienen que ser la prioridad para las mejoras constantes en la empresa (Ramos, 2014).

Encuestas de servicio con los clientes

Muchas de las empresas usan o ponen a disposición de los clientes un buzón de quejas y/o reclamos, creyendo que esa es la manera correcta para la mejora de los servicios que brindan. Para un correcto control de atención, se debe empezar a dar

información especializada a los clientes, si es posible de manera personal, en donde el cliente tenga derecho de expresar sus incomodidades o quejas, debe de existir alguien responsable de controlar este tipo de situaciones y con la capacidad de poder atenderlos (Ramos, 2014).

Evaluación del comportamiento de atención

Esto se enfoca básicamente en la atención que se brinda al cliente y para ello, el personal tiene que tener estas reglas sumamente fundamentales, tales como: el mostrar una buena atención, una excelente presentación, ser cortés, amable, brindar la información adecuada, y una correcta manera de expresarse ya sea oral o corporal. Todo ello, permitirá que el cliente se sienta en confianza y posteriormente la empresa logre obtener la fidelización en ellos (Ramos, 2014).

Análisis de recompensas y motivación

La motivación es uno de los factores más indispensables para la atención al cliente, el servir con vocación, con amabilidad y el buen ánimo conlleva a que la empresa ocupe un lugar en el mercado. El ánimo y una buena atención y sobre todo las competencias, surgen de dos factores:

- La valoración del trabajo; es decir, que la empresa sepa valorar al personal, usando como instrumento un pago adicional, bonos o comisiones.
- La motivación, ya que la empresa debe mantener siempre motivados a sus trabajadores que cumplen día a día con la función de servir al cliente, y el instrumento a utilizar es que se sientan bien en el ambiente laboral, talleres o capacitaciones de motivación, dinámicas donde ellos puedan ser partícipes.

Una retroalimentación entre el personal y el cliente, hará que la empresa surja y cumpla con sus objetivos, asimismo hará que se perfeccione a mediano plazo el proceso de atención (Ramos, 2014).

El sentido escénico en la atención al cliente

Existen personas durante su desempeño laboral, que utilizan unos sentidos de las cuales filtran su percepción del mundo, además junto a ello usan las habilidades, conocimientos y las actitudes que les permite desarrollar en espacios determinados, y cuando estas personas muestran la suficiente capacidad para desenvolverse, actuando por vocación y experiencia, es allí donde refleja el sentido escénico, ya que no necesariamente son actores o actrices, simplemente logran entender su trabajo, de manera que sabrán representar su papel y lo disfrutan, mostrando una sonrisa y expresándose adecuadamente sin presentar alguna dificultad durante la escena (Ramos, 2014).

El cliente interno y el cliente externo

El cliente interno, es aquella persona que va a requerir de un bien o servicio, en este caso de la misma entidad o empresa, y el cliente externo, compra algún bien o servicio a una empresa con el objetivo de poder ofrecer a sus clientes. La diferencia entre el cliente interno y el externo es que, respecto a las necesidades que satisface, el cliente interno va a satisfacer su necesidad profesional, y el externo va a satisfacer su necesidad personal. Respecto a la duración del proceso de satisfacción de las necesidades, el cliente externo las satisface en el momento, y en cambio el cliente interno tendrá que esperar un determinado tiempo; y referente al poder de elección del cliente , el cliente externo elige una de las variedad de productos que se les ofrece

para su elección, mientras que el cliente interno solo tiene la facultad de cumplir con una función ya establecida (Tarodo, 2014).

Tipología de clientes

No todos los clientes son iguales, ni tienen las mismas reacciones antes o después de adquirir un producto o servicio, es por ello que existen distintos tipos de clientes, como por ejemplo:

- El cliente amable, es aquella persona expresiva o comunicativa con quien no existe ningún conveniente, y que puede pensar bien antes de tomar una decisión.
- El cliente agresivo, quien no se controla ni mantiene la cordura, que no tiene paciencia y que es muy difícil de entender.
- El cliente altivo o llamado también altanero, es aquella persona que quiere llamar la atención ante la empresa, que le gusta que estén a su disposición.
- El cliente desconfiado, siempre piensan en negativo, creyendo que la empresa no les habla con la verdad y que están siendo engañados
- El cliente decidido, son personas con quien es más rápido y fácil de tratar, ya que toman decisiones de manera rápida.
- El cliente indeciso, es una persona que no sabe lo que quiere, y que le es muy difícil tomar una decisión firme y de manera rápida.
- El cliente especulador, esta persona le interesa y busca hacer tratos en beneficio tanto de él como para la empresa
- El cliente exigente, es aquel cliente que quiere una atención rápida tomándole como el más importante de atender (Tarodo, 2014).

El conocimiento del cliente y sus motivaciones

El cliente al adquirir un producto o servicio, se verá motivado por distintas razones, ya sea por tendencia, por el interés económico, y por seguridad, es allí donde la empresa tiene que conocer esta motivación en ellos, ya que dependerá de la decisión de compra. La motivación del cliente se clasifica en cinco niveles: el primero es fisiológica, que está relacionada básicamente a la supervivencia de la persona; la segunda es de seguridad, que trata de los servicios o necesidades que tienen los clientes para su protección ante daños o peligros; la tercera es de pertenencia o afiliación, que se basa en la necesidad del cliente con respecto a pertenecer a un grupo o puesto que viven en sociedad; el cuarto es de estima o reconocimiento, son los deseos en las personas de sentirse aceptados y lograr alcanzar un prestigio o reconocimiento; el quinto es de autorrealización, son los deseos que quieren lograr las personas para el cumplimiento de sus objetivos y realización, es decir su crecimiento económico (Tarodo, 2014).

Elementos de la atención al cliente

Los principales elementos que se consideran en la atención al cliente es el entorno, que se refiere a las partes físicas y accesorios para la operatividad de la empresa. Los comentarios u opiniones siempre serán indispensables y más aun cuando tienen esa sensación de confianza con la empresa, el siguiente elemento principal también es la organización, la cual está formada por componentes intangibles e inmateriales que las empresas usan para brindar atención y satisfacer las necesidades del cliente; y finalmente el último elemento a considerarse es el de los empleados, que cumplen el papel más importante para el desarrollo de la empresa ya

que el cliente siempre tendrá esa relación con el personal, y el éxito de la empresa siempre va a depender de la actitud de sus colaboradores, mientras haya una buena atención, los clientes tendrán una buena impresión de la empresa (Tarodo,2014).

Control y registro de entrada y salida de visitas

Es fundamental que en toda empresa haya un área o departamento en atención al cliente, asimismo, tener un estricto control de la entrada y salida de aquellas visitas que puedan realizar los clientes, con la finalidad de resolver sus preferencias y sus deseos, y realizar las mejoras que se requieran para mantener la fidelización en ellos. Esta información servirá para verificar cuál fue el motivo del cliente, si vino a adquirir algún producto o servicio, o a solicitar información (Tarodo, 2014).

Fases de la atención al cliente

La primera fase es la acogida, la cual consiste en que el cliente mientras tenga una buena impresión de la empresa, esta siempre será acogedora, y es muy importante que el personal muestre una buena actitud para ofrecer los servicios, hacer sentir cómodos a sus clientes; la segunda fase es el seguimiento, se refiere a que la persona que en ese momento está atendiendo, deberá preguntar al cliente quién lo va a atender, cuánto tiempo esperará y cuál es el motivo de su visita a la empresa, y si se diera el caso de que la espera sea amplia, la persona que está atendiendo debe tratar de conversar cada cierto tiempo y preguntar si algo necesita; otra fase es la gestión, esta fase es fundamental porque consiste en atender todas las inquietudes del cliente, y sus necesidades, este contacto será entre el cliente y el responsable de atenderlo; finalmente la última fase es la despedida, consiste en concluir la conversación entre el cliente y la persona encargada de realizar la

entrevista, pero previo a ello, el responsable de atenderlo tendrá que haberle brindado la información que haya necesitado o haber solucionado todas sus dudas e inquietudes (Tarodo, 2014).

La percepción del cliente respecto a la atención recibida

El cliente cuando se encuentra en la empresa, la apreciación que tendrá va a depender de algunos elementos muy importantes, tales como el ambiente laboral, cómo se desenvuelve la empresa, la atención, la calidad del producto o servicio y la limpieza, estos puntos son fundamentales para que la empresa sea acogedora y recomendada. Los aspectos que influyen en los clientes también son sus necesidades y deseos que le va a permitir adquirir un servicio para su satisfacción (Tarodo, 2014).

Las relaciones con el cliente

El cliente es la base para que una organización se desarrolle correctamente, por lo que es muy importante que la empresa mantenga una buena relación con ellos, para lograr sus objetivos, es por ello que el servicio al cliente, es lo que brinda la empresa a sus clientes con la finalidad de que estos adquieran los productos necesarios y se sientan satisfechos en el momento adecuado; la atención al cliente, es el sistema más fundamental para una empresa, ya que las funciones de posventa son: comunicar al cliente lo relacionado a la empresa que sea de su interés, siempre tener al tanto sobre la carta de servicio a sus clientes, tramitar aquellas quejas que se puedan mostrar, como también las reclamaciones y si fuera el caso las devoluciones (Blanco, Lobato & Villagrà, 2013).

Fidelización de clientes

Es lo que la empresa mantiene con el cliente a largo plazo, clientes que son fieles y para la empresa resulta ser rentables, ya que estos consumidores mantienen esa decisión de seguir confiando en la organización para adquirir bienes y servicios. Las características principales por esta fidelización, es de que la empresa cuenta con los clientes que son más rentables y se le llama cliente fiel cuando el porcentaje en las compras es beneficioso (Blanco, Lobato & Villagrà, 2013).

Aclaración de conceptos claves

Estos son las definiciones que más se relacionan con la atención al cliente: Los problemas, son los conflictos que se dan al momento de adquirir un servicio o producto, ya que puede ser que no haya cumplido con su expectativa o necesidad, lo cual estos percances se dan a causa del proceso del producto, su diseño o envase o hasta en el mismo desempeño de sus colaboradores; la satisfacción, es el factor importante para que una empresa surja, ya que debe establecer las expectativas del cliente de forma correcta; la lealtad, cuando el cliente está totalmente satisfecho al haber recibido un buen producto o servicio, indudablemente este retornará a la empresa; el deleite, esto en sí se enfoca en que la empresa excede en cumplir con las expectativas del cliente, sorprendiéndolos, aunque se debe tomar en cuenta que al aplicar esto constantemente no será tan rentable por lo que generaría una pérdida para la empresa (Godman, 2014).

Beneficios de proveer un servicio al cliente de buena calidad

Una buena atención al cliente es fundamental para el desarrollo de la empresa, presentando los siguientes beneficios: El aumento de ingresos, cuando

supera las expectativas o necesidades del cliente, esto significaría un ingreso para la empresa o como también las ventas adicionales, ya que esto generaría la confianza en el cliente hacia la empresa y definitivamente los resultados serán positivos; también una mejor reputación, que es un beneficio importante ya que, las empresas se hacen conocidas por el tipo de atención que brindan a sus consumidores, porque si existiera una mala experiencia de estas personas con la empresa, esto generaría malos comentarios o malas referencias acerca de la empresa y esto definitivamente perjudicaría a la empresa; mejor satisfacción del cliente, la satisfacción se da cuando las organizaciones cumplen con las necesidades de los clientes y estos se sienten satisfechos por la atención brindada y para saber estas respuestas es necesario que todas las empresas realizaran una encuesta de satisfacción, tomando en cuenta las inquietudes o incomodidades que hayan tenido con algunas organizaciones; la lealtad de los clientes, se enfoca en que la empresa al cumplir con las expectativas y necesidades de los clientes (Taylor, 2018).

MARCO CONCEPTUAL

Pollerías

Son un centro de abasto que no solamente está ubicado en los mercados, sino también en algunas tiendas de expendio de alimentos, bebidas, etc. La venta de pollo es más común en estos lugares de expendio, incluso más que la carne roja. También se llama pollería a los restaurantes que se dedican a la venta de pollo a la brasa. Este negocio en el Distrito de Coishco aparece aproximadamente en los años 60, donde la primera pollería estaba ubicada en la primera cuadra del Jr. Pescadores, cuyo propietario era el Señor Pedro Reyna.

Micro y Pequeña Empresa

Las MYPE, están integradas por personas naturales y/o jurídicas, quienes pretenden enrolarse en el comercio que les permita lograr realizarse empresarialmente logrando el objetivo trazado. Estas Mype cumplen un papel fundamental en la creación de empleo en todo el Perú. La permanencia en el mercado de las organizaciones y/o empresas, dependen fundamentalmente de sus socios, quienes tienen que asumir responsabilidades y obligaciones, cumpliendo con las reglas para el desarrollo de su empresa.

La Gestión de calidad

Pasa por tener planificado, ordenado y definido la calidad del producto o servicio, aplicando medidas o estrategias para lograr los objetivos de la organización e ingresar y permanecer en el mercado, es necesario contar con la capacidad de sus colaboradores y los recursos necesarios para su operatividad.

Atención al Cliente

Aquel que ofrecen las organizaciones para a sus clientes, dándoles la debida atención y enfocándose en sus expectativas, como también escuchándoles sus posibles reclamos, o sugerencias relacionado al producto o servicios que la entidad brinda. El objetivo de una empresa también dependerá de la calidad de atención para que esta tenga una buena imagen y sea totalmente reconocida y a su vez recomendada por los consumidores.

III. Hipótesis

La investigación denominada “Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el distrito de Coishco, 2018” no se elabora hipótesis por ser descriptiva, ya que solo describió las características de las Mypes, representantes, y de la variable gestión de calidad.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

En el presente trabajo de investigación, se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo.

Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a la variable gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el distrito de Coishco, solo se presentó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Fue transversal porque el estudio de investigación gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el distrito de Coishco, se realizó en un espacio y tiempo determinado, el cual tuvo un inicio y fin específicamente en el año 2018.

Fue descriptivo porque se describió las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el distrito de Coishco, 2018.



Donde:

M = Representa la muestra

O = Representa lo que observamos

4.2. Población y muestra

Universo se le denomina también población la cual puede ser finito, cuando está constituido por el número limitado de las unidades, e infinito cuando está formado por una cantidad ilimitada de elementos.

Entonces, para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó una población muestral compuesta por 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el distrito de Coishco, 2018, determinadas a través de la información emitida por la Municipalidad Distrital de Coishco.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Dimensión
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.	Edad	- 18 a 30 años - 31 a 50 años - 51 a más años.	Ordinal numérico
		Género	- Femenino - Masculino	Nominal
		Grado de instrucción	- Sin instrucción - Educación básica - Superior no universitaria - Superior Universitaria	Nominal
		Cargo	- Dueño	Nominal

			- Administrador	
		Tiempo	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Dimensión
Micro y pequeñas empresas	Principales características de las micro y pequeñas empresas	Permanencia	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
		Trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Razón
		Trabajadores	- Familiares - Personas no familiares	Nominal
		Objetivo	- Generar ganancia - Subsistencia	Nominal
Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Dimensión
Gestión de calidad en Atención al Cliente	La gestión de calidad es un conjunto de actividades y procesos que permite establecer	Conocimiento en Gestión de calidad	- Si - No - Tengo cierto conocimiento	Nominal
		Técnicas modernas	- Benchmarking	Nominal

	políticas de calidad para una gestión de calidad. Atención al cliente está enfocada en procesos	conocidas	<ul style="list-style-type: none"> - Atención al cliente - Empowerment - Las 5 s - Outsourcing - Otros - Ninguno 	
	diversos que tiene como objeto obtener una fidelización de clientes en base a sus necesidades.	Dificultades en la implantación de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros 	Nominal
		Técnicas de medición de rendimiento de personal	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - Escala de puntuaciones - Evaluación de 360° - otros 	Nominal
		Gestión de calidad para el rendimiento del negocio	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal

		Gestión de calidad para alcanzar objetivos y metas	- Si - No - A veces	Nominal
		Conocimiento en Atención al Cliente	- Si - No - Tiene cierto conocimiento	Nominal
		Gestión de calidad en el servicio que se brinda al cliente	- Si - No - A veces	Nominal
		La Importancia de atención al cliente para retorno al establecimiento	- Si - No	Nominal
		Aplicación de herramientas para el servicio de calidad	- Comunicación - Confianza - Retroalimentación - Ninguna	Nominal
		Factores de calidad al servicio que se brinda	- Atención personalizada - Rapidez en la entrega de los productos	Nominal

			<ul style="list-style-type: none"> - Las instalaciones - Ninguna 	
		Atención que se brinda al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Buena - Regular - Malo 	Nominal
		Factores que se dan por la mala atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - No tiene suficiente personal - Por una mala organización de los trabajadores - Se brindan una buena atención al cliente 	Nominal
		Resultados al brindar buena atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Clientes satisfechos - Fidelización de los clientes - Posicionamiento de la empresa - Incremento en las ventas 	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación, se utilizó la técnica de la encuesta, la cual estuvo dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas del

sector servicio – rubro pollerías en el distrito de Coishco, 2018, cuya finalidad fue recoger información necesaria para la elaboración del trabajo de investigación.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario estructurado con 23 preguntas, donde 5 de ellas fueron dirigidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, 4 sobre las micro y pequeñas empresas y 14 preguntas relacionadas a la gestión de calidad en atención al cliente.

4.5. Plan de análisis

Para el trabajo de investigación, se utilizó para el procesamiento y análisis de datos, el apoyo del programa Microsoft Excel, ya que permitió realizar estadísticamente los resultados obtenidos de la encuesta; para el análisis de los resultados se utilizó el programa de Microsoft Word, que permitió realizar la descripción, el sistema antiplagio (TURNITIN), y el PDF para presentar dicho trabajo de investigación.

4.6. Matriz de consistencia

Enunciado Del Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos	Plan de Análisis
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en atención al	<u>Objetivo General:</u> Determinar las características de la gestión de calidad en	Gestión de Calidad en Atención al Cliente.	Población y Muestra: Se utilizó una población	-Diseño: No experimental – transversal – descriptivo.	Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario	Se utilizó Microsoft Word, Excel, TURNITIN, y PDF.

<p>cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el distrito de Coishco, 2018?</p>	<p>atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el distrito de Coishco,2018</p> <p><u>Objetivos</u></p> <p><u>específicos:</u></p> <p>Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el distrito de Coishco,2018</p> <p>Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector</p>		<p>muestral de 10 micro y pequeñas empresas .</p>			
--	---	--	---	--	--	--

	<p>servicio – rubro pollerías en el distrito de Coishco,2018 . Determinar las característica s de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el distrito de Coishco, 2018.</p>					
--	--	--	--	--	--	--

4.7. Principios éticos

El presente trabajo de investigación se hizo un énfasis en el uso de los principios éticos, el valor del trabajo y la confiabilidad, estos principios son los más fundamentales para un buen trabajo de investigación (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, 2019).

Protección a las personas

En la información que presenta el trabajo de investigación, se respetó la identidad, la diversidad y privacidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Beneficiencia y no maleficiencia

Se garantizó el bienestar de los representantes de las MYPE que participaron en el trabajo de investigación.

Justicia

Se realizó un juicio razonable, donde se tomó las prevenciones necesarias para asegurar de que sus géneros y sus conocimientos no den lugar o toleren prácticas injustas.

Integridad científica

No solamente se realizó la actividad científica del investigador, sino que también se extendió a sus actividades de enseñanza.

Consentimiento informado y expreso

Se contó con la manifestación de voluntad y libre, ya que las personas como titulares de los datos, consienten el uso de la información para un fin específico que se estableció en el proyecto de investigación.

V. Resultados

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.

Datos generales	N	%
Edad del Representante		
18 a 30 años	5	50.00
31 a 50 años	3	30.00
51 a más años	2	20.00
Total	10	100.00
Género del Representante		
Masculino	6	60.00
Femenino	4	40.00
Total	10	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	1	10.00
Educación básica	5	50.00
Superior no universitaria	2	20.00
Superior universitaria	2	20.00
Total	10	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	8	80.00
Administrador	2	20.00
Total	10	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	6	60.00
4 a 6 años	2	20.00
7 a más años	2	20.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.

De la empresa	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	7	70.00
4 a 6 años	1	10.00
7 a más años	2	20.00
Total	10	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	10	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	10	100.00
Las personas que trabajan en la empresa son		
Familiares	4	40.00
No familiares	6	60.00
Total	10	100.00
Objetivo de creación de la empresa		
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 servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Conocimiento del término Gestión de Calidad		
Si	3	30.00
No	1	10.00
Tengo cierto conocimiento	6	60.00
Total	10	100.00
Técnicas modernas de la gestión de calidad que Conoce		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	10	100.00
Empowerment	0	0.00
Las 5 s	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	10	100.00
Dificultades en los trabajadores que impide implementar la gestión de calidad		
Poca iniciativa	2	20.00
Aprendizaje lento	5	50.00
No se adaptan a los cambios	0	0.00
Desconocimiento del puesto	1	10.00
Otros	2	20.00
Total	10	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	9	90.00
La evaluación	1	10.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.

La gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio	N	%
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Ayuda la gestión de calidad a alcanzar los objetivos de la empresa		
Si	9	90.00
No	0	0.00
A veces	1	10.00
Total	10	100.00
Conocimiento del término atención al cliente		
Si	9	90.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	1	10.00
Total	10	100.00
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes		
Si	7	70.00
No	0	0.00
A veces	3	30.00
Total	10	100.00
La atención al cliente es fundamental para que regresen a su empresa		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	4	40.00
Confianza	5	50.00
Retroalimentación	1	10.00
Ninguno	0	0.00
Total	10	100.00

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.

Concluye...

Factores que utiliza para una mejor atención al cliente	N	%
Atención personalizada	4	40.00
Rapidez en la entrega de los productos	6	60.00
Las instalaciones	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	10	100.00
La atención que brinda a los clientes es		
Buena	10	100.00
Regular	0	0.00
Malo	0	0.00
Total	10	100.00
Motivo por el que se da una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	0	0.00
Por una mala organización de los trabajadores	1	10.00
Si brindan una buena atención al cliente	9	90.00
Total	10	100.00
Resultados que se ha logrado al brindar buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	4	40.00
Fidelización de los clientes	3	30.00
Posicionamiento de la empresa	1	10.00
Incremento de las ventas	2	20.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco , 2018.

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

- Edad de los representantes: El 50% tienen entre 18 a 30 años de edad (Tabla 1), lo cual contrasta con los resultados de Valverde (2015) ya que señala que el 57.1% de los representantes tienen de 51 a más años de edad, seguidamente contrasta con los resultados encontrados en Pascual (2015) la cual indica que el 48.6% tienen entre 41 a 50 años de edad, contrasta también con los resultados encontrados en Campos (2016) donde manifiesta que el 100% tienen entre 31 a 50 años de edad, de igual modo contrasta con los resultados encontrados en Aranda (2016) donde manifiesta que el 51.9% de ellos tienen entre 31 a 50 años, igualmente contrasta con los resultados encontrados en Antúnez (2016) donde en sus resultados arrojó que el 72.70% tienen entre 31 a 50 años de edad, también contrasta con los resultados encontrados en Vásquez (2016) ya que en sus resultados indica que el 75.0% de los representantes encuestados tienen entre 31 a 50 años de edad, y finalmente contrasta con los resultados encontrados en Abanto (2017) ya que en sus resultados señala que el 75.0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. Las mypes hoy en día cumplen un papel sumamente importante para la sociedad, es por ello, que una persona natural puede decir emprender un negocio o formar una micro o pequeña empresa a través de la creación de productos o servicios, con el objetivo de satisfacer la necesidad del cliente y asimismo por medio de este negocio obtenga alguna rentabilidad (Bernilla, 2018).

De acuerdo al resultado, cabe indicar que la mayoría de los representantes tienen entre 18 a 30 años, lo cual refleja que son jóvenes con ganas de superarse económicamente y es por ello, que estas personas ingresan al mundo empresarial, emprendiendo un negocio con la finalidad de tener alguna rentabilidad para una mejor calidad de vida.

- Género de los representantes: El 60% pertenecen al género masculino (Tabla 1), lo cual coincide con los resultados encontrados por Pascual (2015) donde

indica que el 68.6 % son del género masculino, seguidamente coincide con los resultados obtenidos por Campos (2016) ya que señala que el 66.7% de son del género masculino; asimismo coincide con los resultados encontrados en Antúnez (2016) ya que manifiesta que el 63.6% son del género masculino, también coincide con los resultados obtenidos por Vásquez (2016) lo cual manifiesta que el 66.7% son del género masculino, además coincide también con los resultados encontrados en Abanto (2017) lo cual señala que el 87.5% son del género masculino, y contrasta con los resultados obtenidos por Valverde (2015) donde señala que el 100% de los representantes son del género femenino, y finalmente contrasta con los resultados encontrados en Aranda (2016) donde manifiesta que el 51.9% son del género femenino. De acuerdo al resultado respecto al género de los representantes de las mypes, se obtuvo que la mayoría son del género masculino, todo ello suscita principalmente a que este género hoy en día está incursionando más en el mundo gastronómico, teniendo la vocación al preparar comidas y toman la decisión de experimentar emprendiendo su propio negocio.

- Grado de instrucción de los representantes de las mypes: El 50% de los representantes tienen educación básica (Tabla 1), lo cual concuerda con los resultados indicados por Campos (2016) ya que arrojó en sus resultados que el 100% de los representantes de las mypes tienen educación básica, a su vez coincide con los resultados de Abanto (2017) donde se determina que el 100% de estos representantes tienen educación básica, y contrasta con los resultados obtenidos por Pascual (2015), donde expresa que el 42.9% de los representantes tienen un grado superior no universitario, asimismo contrasta con los resultados de Valverde (2015) quien expresa que el 57.1 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un nivel primario, también contrasta con los resultados de Aranda (2016) lo cual señala que el 51.9% de los representantes tienen un grado de instrucción superior universitaria, de igual modo contrasta con Antúnez (2016) donde señala que el 45.5% de los representantes tienen un nivel de instrucción de estudio superior universitaria, y finalmente contrasta con lo indicado por Vásquez

(2016) quien determina que el 75.0% de los representantes tienen un grado de instrucción superior universitaria. De acuerdo a este resultado que se obtuvo en donde la mayoría de estos representantes de las mypes tienen tan solo educación básica, es porque lamentablemente quizá la mala situación económica en la que vivieron en su momento pues fue un factor por el cual no pudieron continuar con sus estudios, y asimismo por el ámbito familiar ya que pensaban que para superarse uno tiene que trabajar muy duro sin tener o tomar en cuenta una profesión para poder sobresalir, razón por la cual la ideología en ellos cambió haciéndoles madurar dentro de ese mismo entorno y no pensar en el futuro.

- Cargo que desempeñan los representantes de las mypes: El 80% de los son los dueños de las micro y pequeñas empresas (Tabla 1), lo cual estos resultados concuerdan con lo indicado por Valverde (2015) donde manifiesta que el 100% son dueños de las mypes, asimismo concuerda con los resultados obtenidos por Abanto (2017) quien indica que el 100% son dueños de las mypes, y por lo contrario, contrasta con los resultados indicados por Aranda (2016) quien señala que el 40.8% son los administradores en las mypes. Este tipo de empresas, están conformadas por aquellas personas naturales, como también jurídicas quienes emprenden algún tipo de negocio de manera independiente, quien tiene la noción de poder asumir las responsabilidades y obligaciones para el desarrollo de la empresa, quien a su vez tiene que aportar los recursos necesario para su operatividad y posicionamiento en el mercado (Bernilla, 2018).

Respecto a los resultados que se obtuvo donde indica que en su mayoría son dueños de las mypes, es debido a que estas personas decidieron independizarse y superarse para una mejor calidad de vida motivo que les llevó a emprender su propio negocio para generar rentabilidad en el, ahorrando de alguna u otra manera para poder adquirir un local o puesto en donde puedan desarrollarse como empresarias.

- Tiempo que desempeñan en el cargo los representantes: El 60% de ellos tienen de 0 a 3 años en el cargo (Tabla 1), lo cual coincide con los resultados de Abanto (2017) quien expresa que el 62.5 vienen desempeñándose en el cargo entre 0 a 3 años, por lo que contrasta con los resultados obtenidos por Valverde (2015) quien señala que el 85.7% tienen de 7 a más años en el cargo, , y finalmente contrasta con los resultados de Aranda (2016) donde indica que el 48.2% de estos representantes tienen de 6 a más años desempeñándose en el cargo. De acuerdo a los resultados, esto refleja que estos representantes recién vienen adquiriendo poco a poco experiencia, manteniéndose en el mundo de los negocios y asimismo, estas personas se acostumbraron a este arduo trabajo para poder generar ganancias.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas

- Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro: El 70% de las mypes tienen entre 0 a 3 años de permanencia en el rubro (Tabla 2), lo cual coincide con los resultados de Antúnez (2016) quien expresa que el 68.2% de las mypes tienen entre 0 a 3 años de permanencia en el rubro, por lo contrario contrasta con los resultados obtenidos por Valverde (2015) quien manifiesta que el 85.7% de las mypes tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, asimismo contrasta con los resultados de Campos (2016) ya que manifiesta que el 66.7% de las mypes tienen de 4 a más años de permanencia en el rubro, del mismo modo contrasta con los resultados obtenidos por Abanto (2017) quien señala que el 62.5% de las mypes tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, seguidamente contrasta con los resultados de Aranda (2016) quien indica que el 59.3% de las micro y pequeñas empresas tienen de 6 a más años de permanencia en el rubro, y finalmente contrasta con los resultados obtenidos por Vásquez (2016) quien manifiesta que el 50.0% de las mypes tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro. El resultado que se obtuvo refleja que, este rubro tiene un gran legado, tentador para el cliente ya que este tipo de negocio es rentable, es por ello que estos representantes mantienen su negocio con el fin de continuar adquiriendo poco a poco experiencia.

- Número de trabajadores en las micro y pequeñas empresas: El 100% cuentan con 1 a 5 trabajadores (Tabla 2), coincidiendo a su vez con los resultados de Valverde (2015) quien expresa que el 100% cuentan con 1 a 5 trabajadores, asimismo coincide también con los resultados obtenidos por Campos (2016) la cual señala que el 100% cuentan con 1 a 5 trabajadores, del mismo modo concuerda con los resultados de Abanto (2017) donde arrojó que el 100% de las mypes tienen entre 1 a 5 trabajadores, coincide también con los resultados de Aranda (2016) quien manifiesta que el 59.3% de las mypes tienen entre 1 a 5 trabajadores, coincidiendo también con los resultados encontrados por Antúnez (2016) donde expresa que el 63.6% de las mypes tienen entre 1 a 5 trabajadores, y por último coincide con los resultados obtenidos por Vásquez (2016) donde señala que el 83.3% tienen entre 1 a 5 trabajadores. Este resultado que se obtuvo refleja que estos representantes al tener un solo puesto de trabajo, tienen poco conocimiento para brindar un servicio amplio al cliente y esto conlleva a que la mano de obra se reduzca ya que algunos de estos negocios tan solo cuentan con 1 a 2 trabajadores y el personal definitivamente se caracteriza por una inversión lo que a ellos solo se enfocan en tener ganancias y no en lo que se puede mejorar en cuanto al servicio al cliente contratando el personal suficiente.

- Las personas que trabajan en las mypes son: El 60% no son familiares (Tabla 2), lo cual concuerda con Aranda (2016) quien indica que el 44.5% de los trabajadores de las mypes no son familiares, y por lo contrario contrasta con los resultados obtenidos por Abanto (2017) que indica que el 75% de los trabajadores son familiares. Estas mypes son tan indispensable hoy en día para el país, ya que a través de ella se genera el empleo para la población y que estas puedan mejorar su estilo de vida, donde su aporte también se ve reflejado en el PBI (Barraza, s/f).
Definitivamente al ser la mayoría los trabajadores no familiares en estas mypes encuestadas, refleja que de alguna u otra forma posiblemente estos

representantes prefieren no vincularse con su familia, ya que podría existir con el tiempo algunas diferencias para la toma de decisiones.

- Objetivo de creación de la empresa: El 100% de los representantes dijeron que el objetivo de creación de su negocio es con el fin de generar ganancia (Tabla 2), resultado que concuerda con lo mencionado por Valverde (2015) quien señala que el 71.4% de los representantes su objetivo de creación de sus mypes es para generar ganancias, asimismo coincide con los resultados de Aranda (2016) quien señala que el 59.3% crearon su empresa para generar ganancias, y por último coincide con los resultados obtenidos de Abanto (2017) quien manifiesta que el 75.0% de los representantes crearon sus mypes para generar ganancias. Aquí se puede analizar claramente que estos representantes al crear las micro y pequeñas empresas más allá de la subsistencia, las crearon para generar un mayor ingreso económico que les ayude a mejorar su estilo de vida como también del entorno en la que viven, y gracias a ello, permite que estos representantes de alguna u otra manera puedan apoyar para la educación de sus hijos y a su vez considerándose este rubro un medio de satisfacción de necesidad.

Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente

- Conocimiento del término gestión de calidad: El 60% de los representantes de que fueron encuestadas dijeron que solo tienen cierto conocimiento referente al término gestión de calidad (Tabla 3), lo cual contrasta con los resultados obtenidos por Campos (2016) quien señala que el 100% de los representantes no conocen el término gestión de calidad, asimismo contrasta con los resultados de Antúnez (2016) quien expresa que el 59.1% de los representantes encuestados si conocen el término gestión de calidad y por último contrasta con los resultados obtenidos por Abanto (2017) quien indica que el 100% no tienen conocimiento del término gestión de calidad. Definitivamente de acuerdo al resultado, indica que estos representantes al independizarse y crear su propio negocio pues solo se enfocan en generar ingresos económico mas no en las mejoras constantes de sus negocios, es por

ello, que tienen poca noción del término gestión de calidad, ya que no buscan asesoramientos que de alguna u otra forma es una ayuda para un correcto desarrollo administrativo de su empresa.

- Técnicas modernas de gestión de calidad que los representantes conocen: El 100% de ellos conocen atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad (Tabla 3), lo cual contrasta con los resultados obtenidos de Vásquez (2016) quien indica que el 50% utilizan como técnica de gestión la mejora continua, asimismo contrasta con los resultados de Antúnez (2016) donde expresa que el 40.9% usan como técnica de gestión la mejora continua y finalmente contrasta con los resultados obtenidos por Abanto (2017) quien indica que el 75.0% conocen el liderazgo empresarial como técnica moderna de gestión de calidad. Al ver en este resultado que en su mayoría, los representantes solamente conocen como técnica de gestión de calidad lo que es Atención al cliente, refleja que carecen de conocimiento de otras técnicas de gestión de calidad que posteriormente puedan aplicarlas para las mejoras constantes de sus negocios, asesorarse, buscar información para un correcto manejo administrativo para poder satisfacer las necesidades del cliente, brindándoles una atención personalizada y no solo enfocarse solamente en el ingreso económico.
- Dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad: El 50% de los representantes respondió que la dificultad que tienen es el aprendizaje lento (Tabla 3), este resultado contrasta con lo indicado por Abanto (2017) quien manifiesta que el 62.5% tienen como dificultad la poca iniciativa para implementar la gestión de calidad. De acuerdo al resultado se observa que en su mayoría, los trabajadores tienen un aprendizaje lento por la falta de conocimiento para desenvolverse correctamente en sus funciones, posiblemente estas personas solo se enfocan en percibir un sueldo y no en aprender obteniendo información de cómo deberían cumplir las expectativas de los dueños o administradores de la empresa.

- Técnicas para medir el rendimiento del personal que conocen los representantes: El 90% conocen la observación como técnica para medir el rendimiento de sus trabajadores (Tabla 3), esto concuerda con los resultados obtenidos por Abanto (2017) quien indica que el 75% conocen la observación para medir el rendimiento del personal. Se aprecia claramente que para estos representantes se les hace más factible y rápido medir el rendimiento de sus trabajadores por medio de la observación ya que es una de las técnicas de medición más simple, existiendo también otras técnicas que cumplen un papel sumamente importante para medir el desenvolvimiento y/o aprendizaje del personal para que con el tiempo no existan dificultades que generen atrasos para el desarrollo de la empresa.

- La gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio de los representantes: El 100% de los representantes encuestados dijo que la gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio (Tabla 3), que coincide con los resultados obtenidos por Abanto (2017) quien señala que el 62.5% de los representantes consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio. En este caso se aprecia que los representantes en su totalidad tienen muy en claro que la gestión de calidad es sumamente importante para el crecimiento de los negocios, y asimismo lo correcto es aplicarlo con el fin de realizar un buen manejo administrativo y tomar decisiones que favorezcan a la empresa.

- La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados de la empresa: El 90% de los representantes consideraron que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar con los objetivos y metas de la empresa (Tabla 3), mientras que el 10% de los representantes encuestados consideran que solo a veces la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la empresa. Esto indica que los representantes de la mypes tienen claro que la gestión de calidad siempre va a lograr alcanzar los objetivos que las empresas puedan trazarse , ya que de ella depende el desarrollo de un negocio.

- Conocimiento del término atención al cliente: El 90% de los representantes conocen el término atención al cliente (Tabla 3), mientras que el 10% de los

representantes tienen cierto conocimiento en ello. La atención al cliente es el servicio que ofrecen las empresas a través de la venta de sus productos o servicios que estas requieran, donde los consumidores o clientes hacen llegar sus inquietudes , reclamos o como también alguna recomendación para la mejora del negocio (Tarodo, 2014).

Referente a los resultados obtenidos, se aprecia que los representantes definitivamente en su mayoría conocen el término atención al cliente ya que al crear su propio negocio tienen desde ya ese conocimiento de atención o servicio al consumidor según lo que estos requieran.

- Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes: El 70% de los representantes dijeron que si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a los clientes (Tabla 3), mientras que el 30% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a los clientes solo a veces. De acuerdo a este resultado, indica que los representantes de las mypes como jefes de sus propios negocios conocen de la importancia que es aplicar la gestión de calidad en el servicio que brindan a los clientes, ya que de eso dependería la permanencia en el mercado de sus negocios.
- La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento: El 100% indicaron que si es fundamental (Tabla 3). Esto claramente demuestra que la atención al cliente es fundamental en todo tipo de negocio porque aplicando este servicio el cliente volverá al lugar donde fue bien recibido. Entonces, para los representantes la atención al consumidor es la base fundamental para que el negocio crezca.
- Herramientas que utiliza para un servicio de calidad: El 50% de los representantes dijeron que la herramienta que utilizan para un servicio de calidad es la confianza (Tabla 3), mientras que el 40% utiliza la comunicación, y el 10% utilizan la retroalimentación como herramienta para un servicio de calidad. Esto demuestra que la mayoría de estos representantes utilizan la confianza como herramienta para un servicio de calidad, ya que es

fundamental para un buen servicio, demostrando eso no solo a los clientes sino también a sus mismos trabajadores para que estos puedan mejorar en cuanto a su desenvolvimiento.

- Factores que utilizan los representantes para una mejor atención al cliente: El 60% dijeron que el factor que más utilizan es la rapidéz en la entrega de sus productos (Tabla 3), mientras que el 40% dijo que es la atención personalizada, y el 10% utilizan la retroalimentación como herramienta para un servicio de calidad. Este resultado refleja que para la mayoría de los representantes lo que más aplican para la mejor atención al cliente es el entregar sus productos a tiempo, pues claro , esto también es sumamente importante, pero existen otros factores más esenciales que hará que también el cliente se sienta satisfecho y que los representantes no lo toman como prioridad y es una atención personalizada ya que el cliente al tener alguna inquietud, reclamo o sugerencia, estos serán escuchados satisfactoriamente.
- La atención que brinda a los clientes es: El 100% de los representantes dijeron que la atención que ellos brindan a sus clientes es buena (Tabla 3). Esto indica que en su totalidad los representantes brindan una buena atención a sus clientes. Cabe indicar que existen muchas formas de brindar un buen servicio a los clientes, y carezcan de herramientas o estrategias más prioritarias para una excelente atención y que sea totalmente de calidad.
- Por qué consideran que se está dando una mala atención al cliente: El 90% de los representantes encuestados dijeron que ellos sí brindan una buena atención al cliente (Tabla 3), mientras que el 10% de ellos dijeron que es por una mala organización de los trabajadores. De acuerdo a este resultado, se observa que la mayoría de los representantes dicen sí brindar una buena atención al cliente y no lo contrario para que estas personas estén insatisfechas al adquirir el servicio.
- Resultados que se ha logrado brindando una buena atención al cliente: El 40% de lo representantes de las micro y pequeñas empresas dicen haber

logrado que los clientes esteen satisfechos al haber brindado una buena atención (Tabla 3), y contrasta con lo resultados indicados por Vásquez (2016) quien señala que el 75% de los representantes consideran que el brindar una buena atención al cliente logran aumentar las ventas, y finalmente contrasta con los resultados obtenidos por Antúnez (2016) quien expresa que el 59.1% consideran que el brindar una buena atención han logrado el aumento de las ventas. Respecto a este resultado se observa que en su mayoría, los representantes dicen haber logrado conseguir clientes satisfechos por brindar una buena atención al cliente, lo cual definitivamente que un cliente estee satisfecho por la atención brindada es un punto a favor de la empresa.

VI. CONCLUSIONES

- La mayoría de los microempresarios encuestados tienen de 18 a 30 años de edad, quienes pertenecen al género masculino teniendo como grado de instrucción tan solo educación básica, desempeñándose en sus empresas como dueños de ellas, asumiendo este cargo entre 0 a 3 años. Estas micro y pequeñas empresas son representadas por personas jóvenes y más aun con un grado de instrucción básica, que a temprana edad buscan la manera de salir adelante a través de su negocio.
- La totalidad de las microempresas encuestadas cuentan con 1 a 5 trabajadores, donde a su vez los representantes consideraron que el objetivo de creación de sus negocios es con la finalidad de generar ganancia. La mayoría de estas micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años desempeñándose en el rubro. La mayoría simple de las microempresas manifestaron que las personas que trabajan en ellas no son familiares. Estas MYPE, forman su negocio con el fin de solamente generar ganancias, sin tomar en cuenta que un buen manejo administrativo y una buena atención son parte también del éxito en la empresa.
- La totalidad de los microempresarios conocen atención al cliente como una de las técnicas modernas de gestión de calidad, asegurando que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar su negocio, y que la atención al cliente es sumamente fundamental para que estos retornen al establecimiento, detallando que la atención que brindan a su clientela es buena. La mayoría de los representantes encuestados conocen el término gestión de calidad, pero sus trabajadores tienen un aprendizaje lento considerándose esto como una dificultad que impide implementar la gestión de calidad, lo cual estos microempresarios tan solo conocen la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal, teniendo en claro que la gestión de calidad sí ayuda a alcanzar los objetivos que se trazan para el desarrollo de su empresa; asimismo, conocen el término atención al cliente, indicando que sí aplican la

gestión de calidad en cuanto al servicio que brindan a su clientela, ponen en práctica la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, considerando como factor para una mejor atención al cliente la rapidéz en la entrega de los productos que ofrecen e indicando finalmente que ellos sí brindan una buena atención al cliente. La mayoría simple de los representantes encuestados ha logrado la fidelización de los clientes al brindar una buena atención al cliente. Los representantes conocen el término atención al cliente, pero lamentablemente no lo ponen en práctica, a través de su personal ya que en muchas ocasiones no actúan por vocación, no son amables, y el papel que tienen que asumir muchas veces les cuesta cumplirlas; la opinión del cliente es vital en la empresa para su crecimiento.

Aspectos complementarios

RECOMENDACIONES

- Hacer el esfuerzo por continuar con sus estudios, que en este caso sean estudios superiores ya sea técnico o universitario enfocándose en una rama de la administración con la finalidad de informarse acerca del procedimiento administrativo para poder asumir la responsabilidad sobre este importante proceso, ya que dentro de ello incluye el preocuparse por la disponibilidad de los recursos y una buena coordinación en las actividades durante la operatividad de sus negocios.

- Asistir a capacitaciones relacionadas a cómo se administra una micro y pequeña empresa para ser gestionada adecuadamente y de forma eficiente, ya que actualmente existen muchos medios también para realizar una mejor labor con resultados prósperos para la MYPE. Asimismo, Usar correctamente recursos económicos, y mejorar los recursos humanos, teniendo un equipo de trabajo o personal con experiencia y puedan ellos como representantes motivar de alguna u otra forma a sus colaboradores.

- Buscar información acerca de esta característica indispensable para un negocio y es de cómo lograr seguir manteniéndose en el mundo empresarial, que definitivamente se considera las mejoras constantes para lograr el éxito e innovando los servicios que presta y no conformarse con lo tradicional; todo ello con la finalidad de tener noción y ponerlo en práctica para que los resultados siempre sean positivos tanto para la empresa como para el cliente.

Referencias bibliográficas

- Abanto, E. K. (2017). *Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, Distrito de Coishco, 2017*. Chimbote: Universidad católica los ángeles de Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3330/MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_REPRESENTANTE_GESTION_DE_CALIDAD_EN_CAPACITACION_DE_LOS_RECURSOS_HUMANOS_ABANTO_EGUSQUIZA_KAROL_EVELIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Antúnez, C. L. (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. Huarmey: Universidad católica los ángeles de Chimbote.
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043053>
- Aranda, J. E. (2017). *La gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016*. Chimbote: repositorio Uladech.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3340/MICROEMPRESAS_GESTION_DE_CALIDAD_CALIDAD_TOTAL_ARANDA_SERNAQUE_JHON_ERICK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- América Economía. (2012). *Mba & Educación Ejecutiva*.
<https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/en-brasil-las-micro-y-pequenas-empresas-generan-757-de-los-puestos-de-trabajo>
- Ayma, E. M. (2017). *Ley de Micro y Pequeñas Empresas En Bolivia*.

Barraza, B. J. (s/f). *Las Mypes en Perú. su importancia y propuesta tributaria*.
Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Bazurco, M. (2014). *Ministerio de desarrollo productivo y economía plural*.
http://www.sela.org/media/264853/t023600006035-0-sp-trppp-di_n-9-14_presentacion_martin_bazurcobolivia.pdf

Bernilla, M. (2018). *Micro y pequeña empresa*. Lima: Editorial Gráfica Bernilla.

Blanco García, C., Lobato Gomes, F., & Lobato Villagra, F. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. Macmillan Iberia, S.A.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=1&docID=3217294&tm=1541257919725>

Brito, A. (2016). *Un salto de calidad en España*.
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/11/17/empresas/1479400732_977111.html

Calvo, M. (22 de Febrero de 2018). Las Pyme española no crece por estas causas y el PIB se resiente por ello. *CincoDías*.
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/02/21/pyme/1519212110_508914.html

Cámara, P. (10 de Octubre de 2017). La calidad en el proceso administrativo. *El empresario*. <https://elempresario.mx/calidad/calidad-proceso-administrativo>

Camarena Adame, M. E., Saavedra García, M. L., & Tapia Sánchez, B. (s/f). *Calidad para la competitividad en la pyme*.
<http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxi/docs/1.03.pdf>

Campos, E. O. (2016). *La gestión de calidad y el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016*. Casa Grande: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3633/FINANCIAMIENTO_GESTION_DE_CALIDAD_CAMPOS_CARDENAS_ELMER_OSWALDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chávez, R. O. (2016). *Gestión del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016*. Chimbote: repositorio Uladech.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1756/CALIDAD_SERVICIO_MARTINEZ_CHAVEZ_RICHARD_OSCAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Condusef. (2017). *Micro y pequeñas empresas*.

Cortés, J. M. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Editorial ICB.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5349794&ppg=1>

Diario el Mostrador. (29 de junio de 2017). Empresas familiares en Chile aportan un 60% al PIB del país y un 60% del empleo.

<http://www.elmostrador.cl/mercados/2017/06/29/empresas-familiares-en-chile-aportan-un-60-al-pib-del-pais-y-un-60-del-empleo/>

Forlac. (2014). *Políticas para la formalización de las micro y pequeñas empresas en Brasil*.

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_318195.pdf

Goodman, J. (2014). *Atención estratégica al cliente*. Pluma Digital Ediciones.
[https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=1
&docID=5486850&tm=1541258298615](https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=1&docID=5486850&tm=1541258298615)

Ieralpyme. (30 de enero de 2018). Cualquier empresa, PyME o grande y de cualquier sector, se beneficia fuertemente con la certificación.
<http://www.ieralpyme.org/noticias/cualquier-empresa-pyme-grande-cualquier-sector-beneficia-fuertemente-certificacion-7549.html>

La razon editorial. (2012). *Micro y pequeña empresa en Bolivia*.

Ley N°28015. (03 de Julio de 2003). Ley de Promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. *Sunat*.
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

Lobos, S. (25 de Enero de 2016). Atención: Calidad en las Pymes. *Portal Pyme*.
<https://pyme.emol.com/1353/atencion-calidad-en-las-pymes/>

Ministerio de economía fomento y turismo. (2017). *Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas*.
<http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2017/03/Bolet%C3%ADn-empresas-en-Chile-ELE4.pdf>

Ministerio de la producción, M. P. (2016). *Anuario estadístico industrial*.
<http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/oe-documentos-publicaciones/publicaciones-anauales/item/729-2016-anuario-estadistico-industrial-mipyme-y-comercio-interno>

Pascual, B. L. (2015). *Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas Iso 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro*

restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015. Huaraz: universidad católica los ángeles de Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5244/GESTION_DE_CALIDAD_NORMA_ISO_9001_PASCUAL_BARRETO_LUCIA_LISZETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramos, Y. (2016). *Mypes Mexicanas*. Recuperado de:
<https://www.liderempresarial.com/negocios/lo-que-necesitas-saber-de-las-mipymes-mexicanas/>

Ramos, R. P. (2014). *Atención al cliente*. (3era ed.). Málaga, España: Editorial ICB.
https://elibro.net/es/ereader/uladech/105612?col_q=atencion__al__cliente__ramos&col_code=ELC004&prev=col

Sercotec. (2012). *La situación de la micro y pequeña empresa en Chile*.
<https://www.sercotec.cl/Qui%3%A9nesSomos/Noticias/SERCOTECpresent%3%B3E2%80%9CLasituaci%3%B3ndelaMIPEenChil.aspx#/0>

Tarodo, P. C. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Rama editorial.
https://elibro.net/es/ereader/uladech/62484?col_q=atencion__al__cliente__tarodo&col_code=ELC004&prev=col

Taylor, H. (01 de Febrero de 2018). Beneficios de proveer un servicio al cliente de buena calidad. *Cuida tu dinero*.
<https://www.cuidatudinero.com/13072142/beneficios-de-proveer-un-servicio-al-cliente-de-buena-calidad>

Tume, F. L. (2016). *La columna del día. Día Nacional de las Micro y Pequeñas Empresas*. <https://radiorsd.pe/opinion/la-columna-del-dia-dia-nacional-de-las-micro-y-pequenas-empresas>

ULADECH. (2019). *Código de ética para la investigación*. <file:///C:/Users/nicol/Downloads/C%C3%B3digo%20de%20C%C3%A9tica%20para%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf>

Valverde, H. Y. (2015). *Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, mercado El Progreso, Distrito de Chimbote, 2015*. Chimbote: Universidad católica los ángeles de Chimbote.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3562/CAPACITACION_MYPE_VALVERDE_HUANGAL_YOSAIRA_ROXANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vásquez, C. R. (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, Chimbote, 2016*. Chimbote: Universidad católica los ángeles de Chimbote. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000048221>

Villalba, S. (2016). *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora en Ecuador, 2016*. Quito: repositorio.puce. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/TESIS%20FINAL%20CON%20FORMATO%20DISE%C3%91ADO2.pdf?sequence=1>

ANEXOS

Anexo N° 01: Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N	Actividades	Año 2019								Año 2020							
		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 resultados								X								
10	Análisis e Interpretación de los resultados									X							
11	Redacción del informe Preliminar										X	X					
13	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación												X	X			
14	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación														X	X	
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X	
16	Redacción de artículo científico																X

Anexo N° 02: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.50	530	175.00
• Fotocopias	0.10	530	53.00
• Empastado	40.00	4	160.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	12.00	1000	24.00
• Lapiceros	2.50	3	7.50
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			519.50
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	8.00	3	24.00
Sub total			24.00
Total de presupuesto desembolsable			543.50
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	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
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			1195.50

Anexo N° 03: Consentimiento informado, y solicitud emitido a la Municipalidad Distrital de Coishco para el recojo de información.

"Año de la lucha contra la corrupción e impunidad"

Sres.
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE COISHCO
Presente.-

Atención: **Lic. Rigoberto Mercado Córdova**
Gerencia de Administración Tributaria

RECEBIDO
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE COISHCO

Era N° 3721 Folio 1
Fecha 20-09-16 Hora 3:22 PM

Yo, **ELIZABETH VERONICA GARCIA VALLADARES**, identificada con DNI N° 46689640, con domicilio en AA.HH Víctor Raúl Haya de la Torre, Mz F. L13 - Coishco, ante Ud., con el debido respeto me presento y expongo lo siguiente:

Que, como parte de mi formación profesional de la carrera de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote - **ULADECH**, y dentro del Plan Curricular de la misma, estoy realizando mi **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN** denominado "GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO POLLERÍAS EN EL DISTRITO DE COISHCO, AÑO 2018", razón por la que **SOLICITO** a su despacho se me proporcione información en cuanto a la relación de las **POLLERÍAS** de vuestro distrito, con su respectiva ubicación y propietario, de ser el caso.

POR LO EXPUESTO:

Sírvase acceder a lo solicitado por ser de justicia que espero alcanzar

Coishco, 18 de Setiembre de 2019.



ELIZABETH VERONICA GARCIA VALLADARES
DNI N° 46689640

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a)

DIESTRA VILLANUEVA JOSE / RESTAURANT- CHIFA – POLLERÍA

“OKEY”

Estamos llevando a cabo un trabajo de investigación para optar el grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas denominada: **GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO POLLERÍAS EN EL DISTRITO DE COISHCO, 2018.**



Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las MYPE que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas a la gestión de calidad en Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 984039154, correo elijor_32@hotmail.com o con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Perú: Carlos Enaldo Rebaza Alfaro con celular N° 931116791 y a los Correos: carlosenaldorebazaalfaro@gmail.com y crebazaa@uladech.edu.pe

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

García Valladares Elizabeth		20-09-19	10.00 pm
Nombre del investigador	Firma del investigador	Fecha	Hora
Carlos E. Rebaza Alfaro		Setiembre 2019	10.00 pm
Nombre del docente tutor	Firma del docente tutor	Fecha	Hora



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO POLLERÍAS EN EL DISTRITO DE COISHCO, 2018.** Para obtener el grado de Bachiller en Ciencias Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el término atención al cliente?

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

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

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

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

21. La atención que brinda a los clientes es:

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

22. Por qué considera usted que se está dando una mala atención al cliente

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

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

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

GRACIAS POR SU ATENCIÓN...DIOS LO BENDIGA!

Anexo 05:

Hoja de resultados de trabajo

Tabla 1: *Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.*

Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
Edad	18-30 años	IIII	5	50.00%
	31-50 años	III	3	30.00%
	51 a más años	II	2	20.00%
	Total		10	100.00%
Género	Masculino	IIIII	6	60.00%
	Femenino	III	4	40.00%
	Total		10	100.00%
Grado de Instrucción	Sin instrucción	I	1	10.00%
	Educación básica	IIIII	5	50.00%
	Superior no universitaria	II	2	20.00%
	Superior universitaria	II	2	20.00%
	Total		10	100.00%
Cargo que desempeña	Dueño	IIIIII	8	80.00%
	Administrador	II	2	20.00%
	Total		10	100.00%
Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años	IIIII	6	60.00%
	4 a 6 años	II	2	20.00%
	7 a más años	II	2	20.00%
	Total		10	100.00%

Hoja de Tabulación

Tabla 2: “Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018”.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro	0 a 3 años	IIIIII	7	70.00%
	4 a 6 años	I	1	10.00%
	7 a más años	II	2	20.00%
	Total		10	100.00%
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIIIIIII	10	100.00%
	5 a 10 trabajadores		0	0.00%
	11 a más trabajadores		0	0.00%
	Total		10	100.00%
Las personas que trabajan en la empresa	Familiares	III	4	40.00%
	No familiares	IIII	6	60.00%
	Total		10	100.00%
Objetivo de creación	Generar ganancia	IIIIIIII	10	100.00%
	Subsistencia		0	0.00%
	Total		10	100.00%

Hoja de Tabulación

Tabla 3: “Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018”

Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
Conocimiento del término gestión de calidad	Si	III	3	30.00%
	No	I	1	10.00%
	Tiene cierto conocimiento	IIIIII	6	60.00%
	Total		10	100.00%
Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce	Benchmarking		0	0.00%
	Atención al cliente	IIIIIIII	10	100.00%
	Empowerment		0	0.00%
	Las 5 s		0	0.00%
	Outsourcing		0	0.00%
	Otros		0	0.00%
	Ninguno		0	0.00%
	Total		10	100.00%
Dificultades que tiene el personal para implementar la gestión de calidad	Poca iniciativa	II	2	20.00%
	Aprendizaje lento	IIII	5	50.00%
	No se adapta a los cambios		0	0.00%
	Desconocimiento del puesto	I	1	10.00%
	Otros	II	2	20.00%
	Total		10	100.00%
Técnicas que conoce para medir el rendimiento del personal	La observación	IIIIIIII	9	90.00%
	La evaluación	I	1	10.00%
	Escala de puntuaciones		0	0.00%
	Evaluación de 360°		0	0.00%
	Otros		0	0.00%
	Total		10	100.00%

Continúa...

Hoja de Tabulación

Tabla 3: “Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018”

Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
La gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio	Si	IIIIIIII	10	100.00%
	No		0	0.00%
	Total		10	100.00%
Ayuda la gestión de calidad a alcanzar los objetivos de la empresa	Si	IIIIIII	9	90.00%
	No		0	0.00%
	A veces	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%
Conocimiento del término atención al cliente	Si	IIIIIII	9	90.00%
	No		0	0.00%
	Tengo cierto conocimiento	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes	Si	IIIIII	7	70.00%
	No		0	0.00%
	A veces	III	3	30.00%
	Total		10	100.00%
La atención al cliente es fundamental para que regresen a su empresa	Si	IIIIIIII	10	100.00%
	No		0	0.00%
	Total		10	100.00%
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	Comunicación	III	4	40.00%
	Confianza	IIII	5	50.00%
	Retroalimentación	I	1	10.00%
	Ninguno		0	0.00%
	Total		10	100.00%

Hoja de Tabulación

Tabla 3: “Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018”

Concluye...

Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
Factores que utiliza para una mejor atención al cliente	Atención personalizada	III	4	40.00%
	Rapidez en la entrega de los productos	IIII	6	60.00%
	Las instalaciones		0	0.00%
	Ninguna		0	0.00%
	Total		10	100.00%
La atención que brinda a los clientes es	Buena	IIIIIIII	10	100.00%
	Regular		0	0.00%
	Malo		0	0.00%
	Total		10	100.00%
Motivo por el que se da una mala atención al cliente	No tiene suficiente personal		0	0.00%
	Por una mala organización de los trabajadores	I	1	10.00%
	Si brindan una buena atención al cliente	IIIIIIII	9	90.00%
	Total		10	100.00%
Resultados que se ha logrado al brindar buena atención al cliente	Clientes satisfechos	III	4	40.00%
	Fidelización de los clientes	III	3	30.00%
	Posicionamiento de la empresa	I	1	10.00%
	Incremento de las ventas	II	2	20.00%
	Total		10	100.00%

Anexo 06

Figuras

Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018

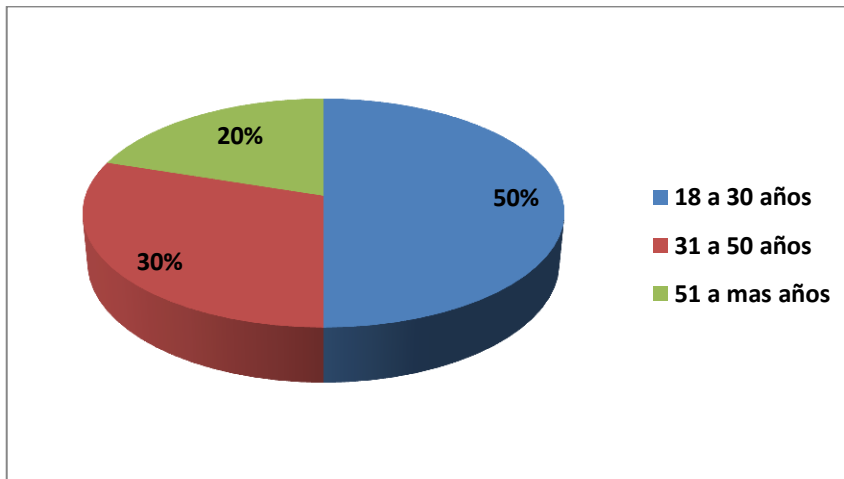


Figura 1. Edad de los representantes

Fuente. Tabla 1

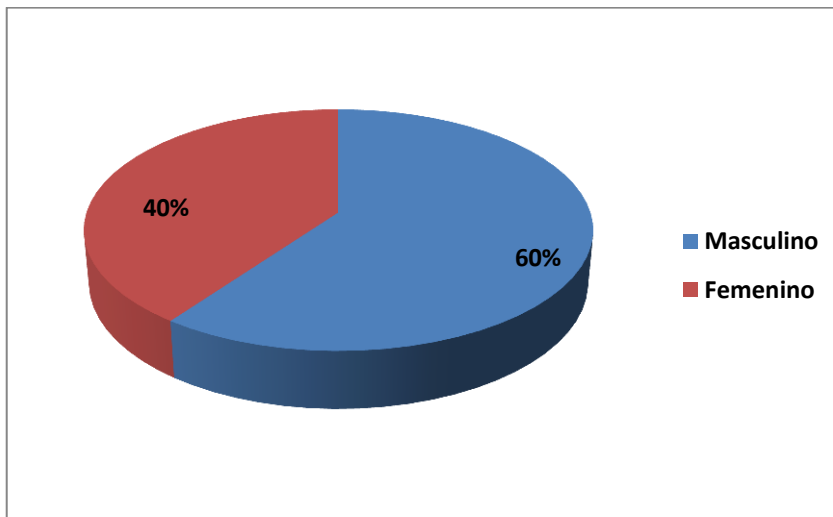


Figura 2. Género de los representantes

Fuente. Tabla 1

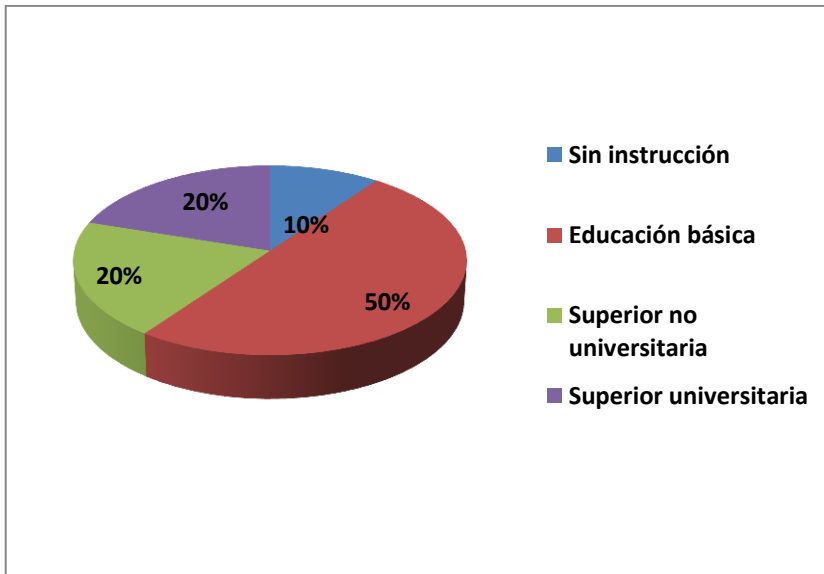


Figura 3. Grado de instrucción de los representantes

Fuente. Tabla 1

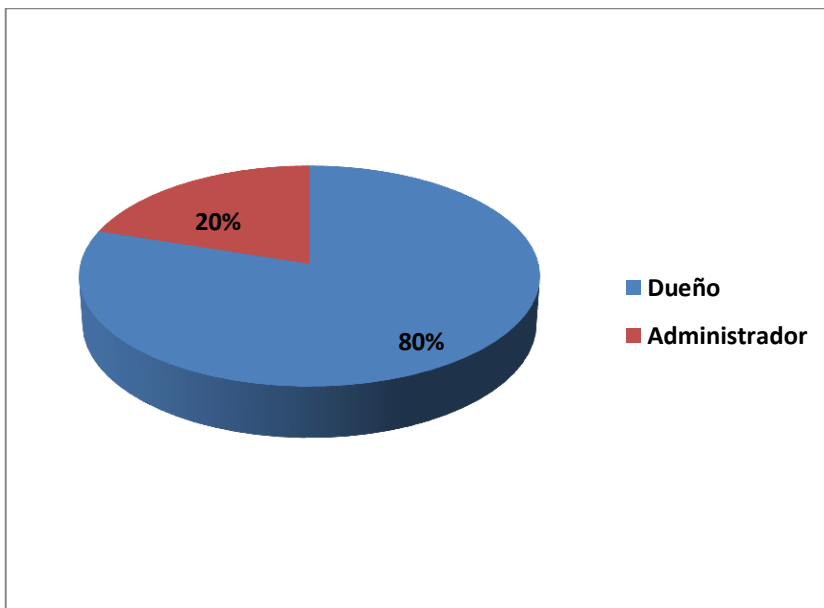


Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes

Fuente. Tabla 1

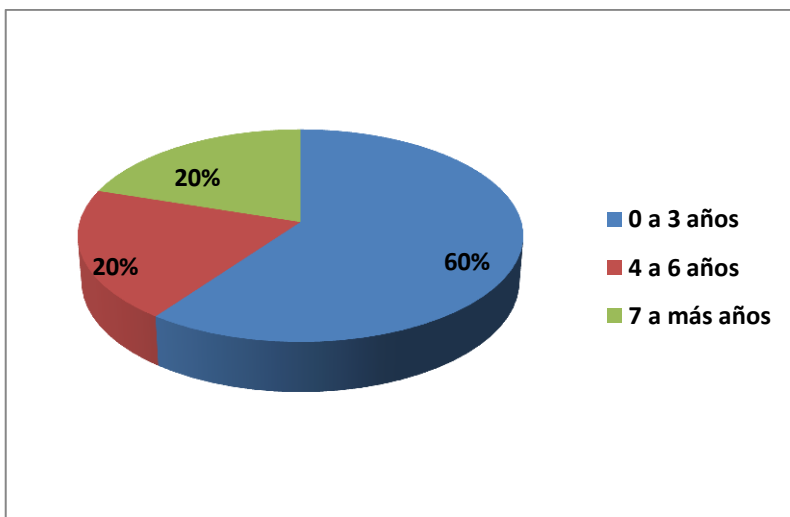


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo los representantes

Fuente. Tabla 1

Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.

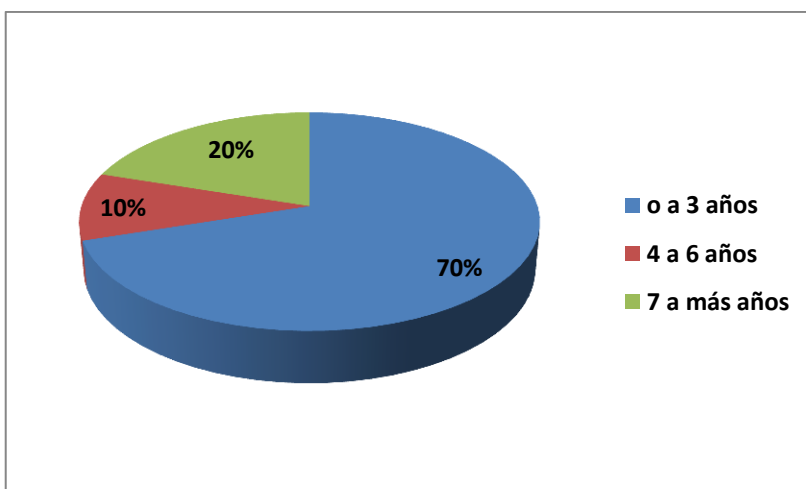


Figura 6. Tiempo que desempeña la micro y pequeña empresa en el rubro

Fuente. Tabla 2

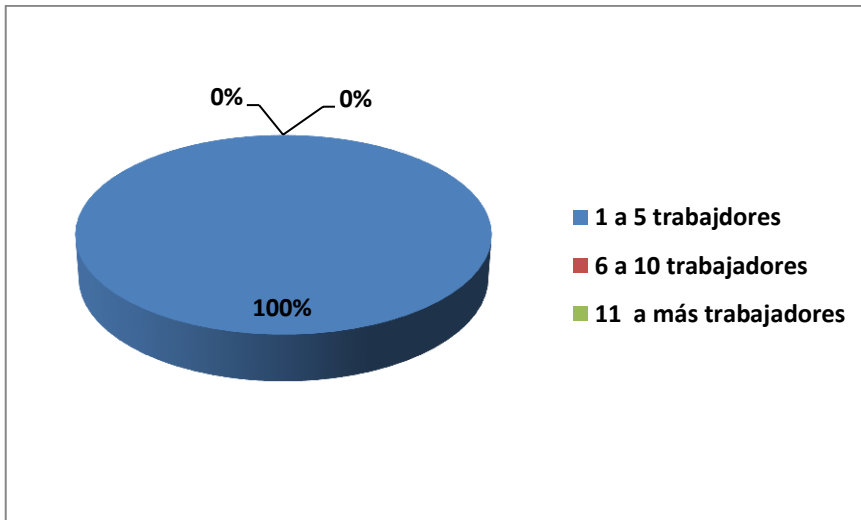


Figura 7. Número de trabajadores de las Micro y pequeñas empresas

Fuente. Tabla 2

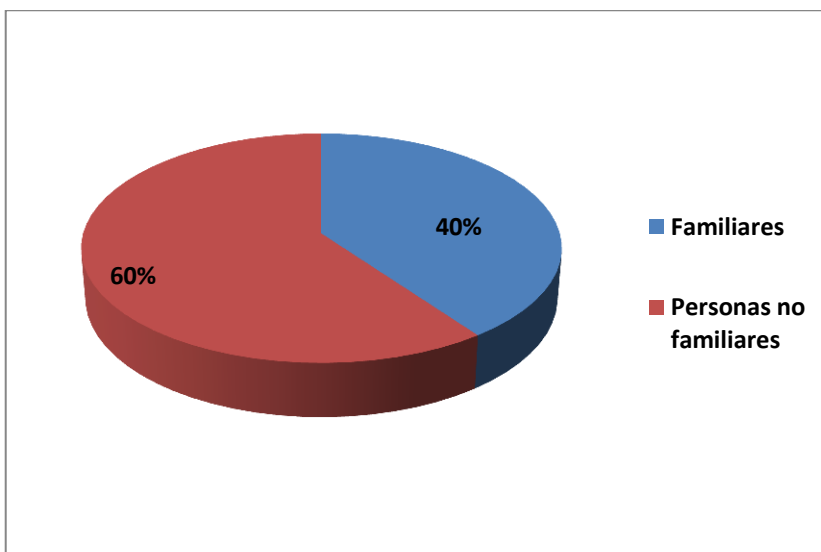


Figura 8. Personas que trabajan en las Micro y pequeñas empresas

Fuente. Tabla 2

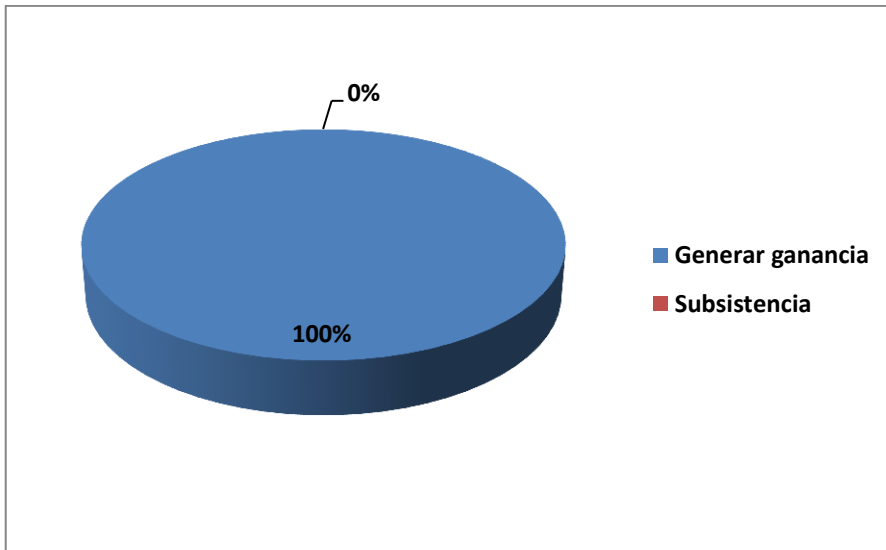


Figura 9. Objetivo de la creación de las Micro y pequeñas empresas

Fuente. Tabla 2

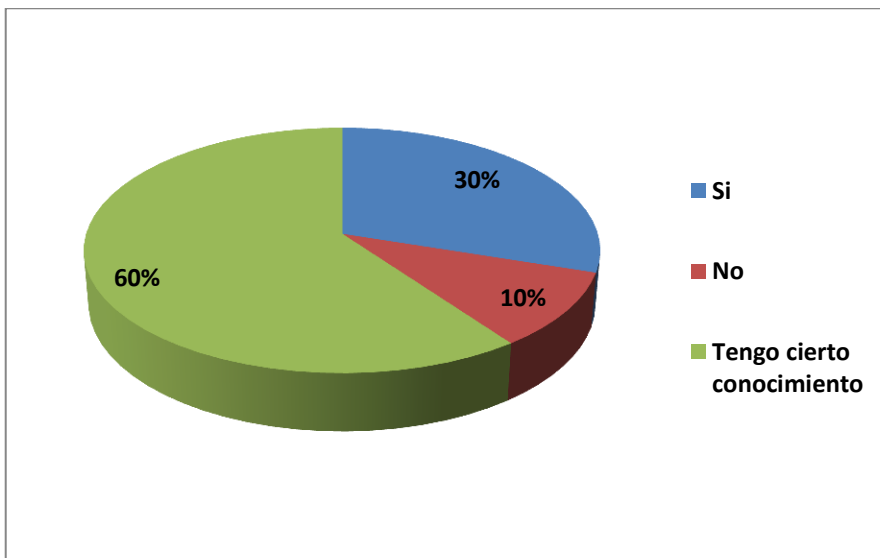


Figura 10. Conocimiento del término gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Coishco, 2018.

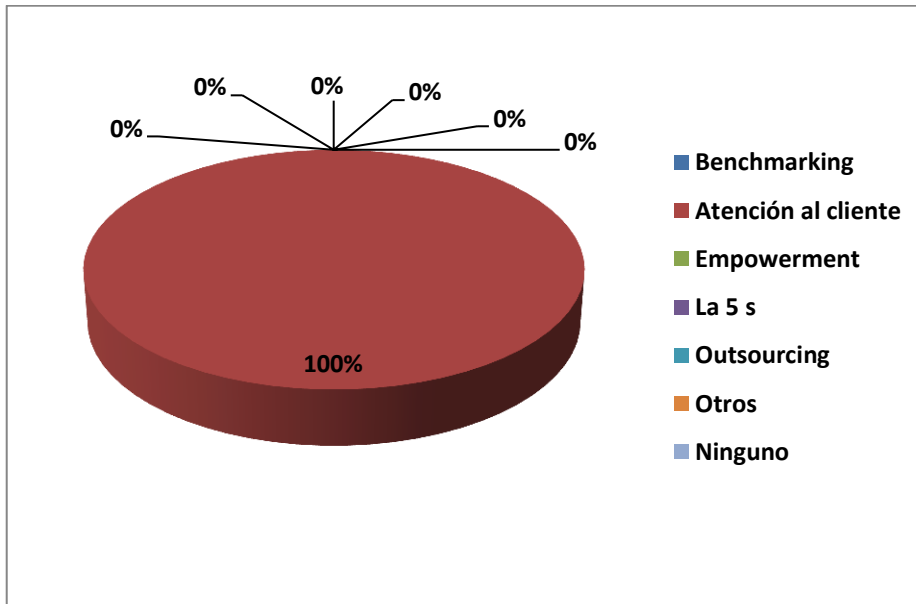


Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad que conocen

Fuente. Tabla 3

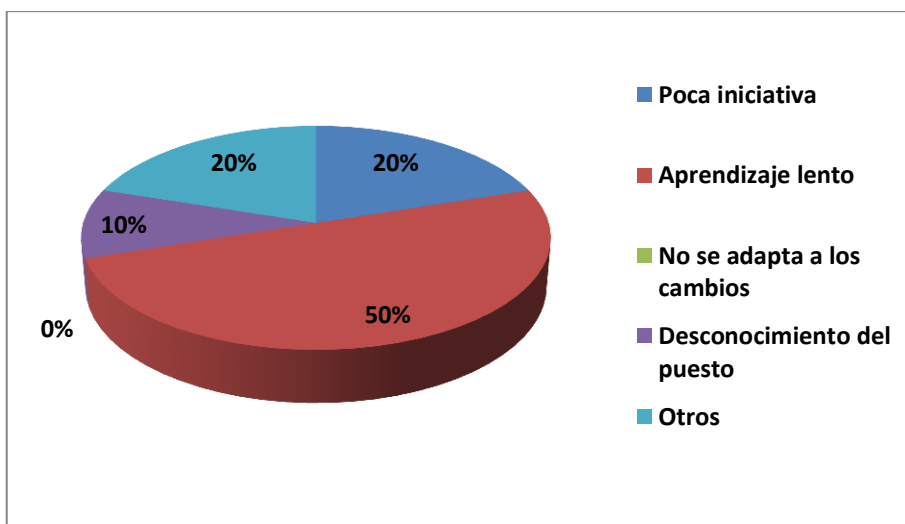


Figura 12. Dificultades en los trabajadores para implementar la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

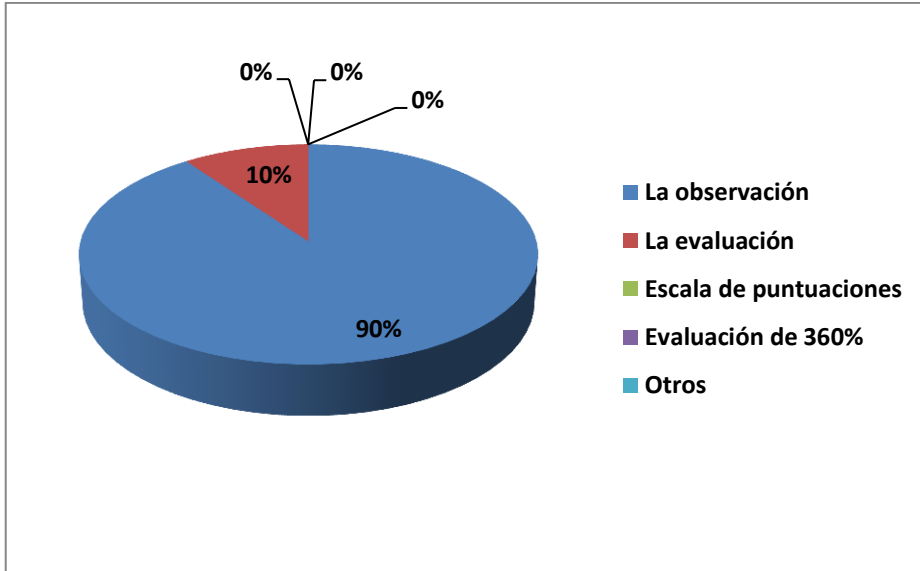


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente. Tabla 3

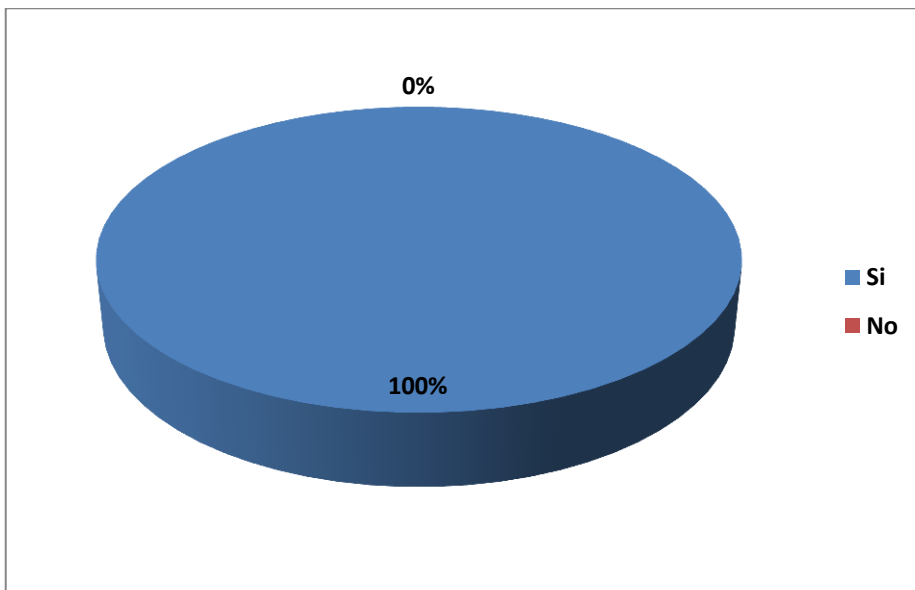


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio

Fuente. Tabla 3

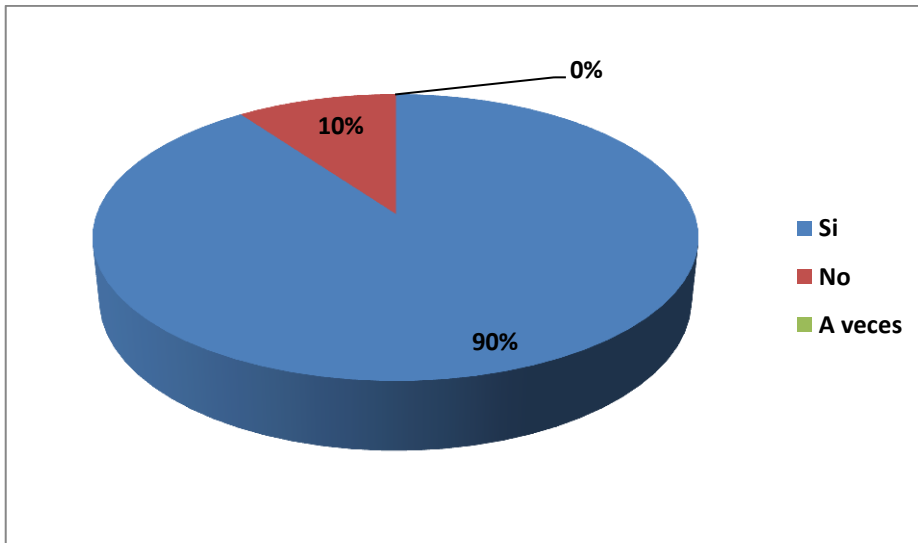


Figura 15. Ayuda la gestión de calidad a alcanzar los objetivos de la empresa

Fuente. Tabla 3

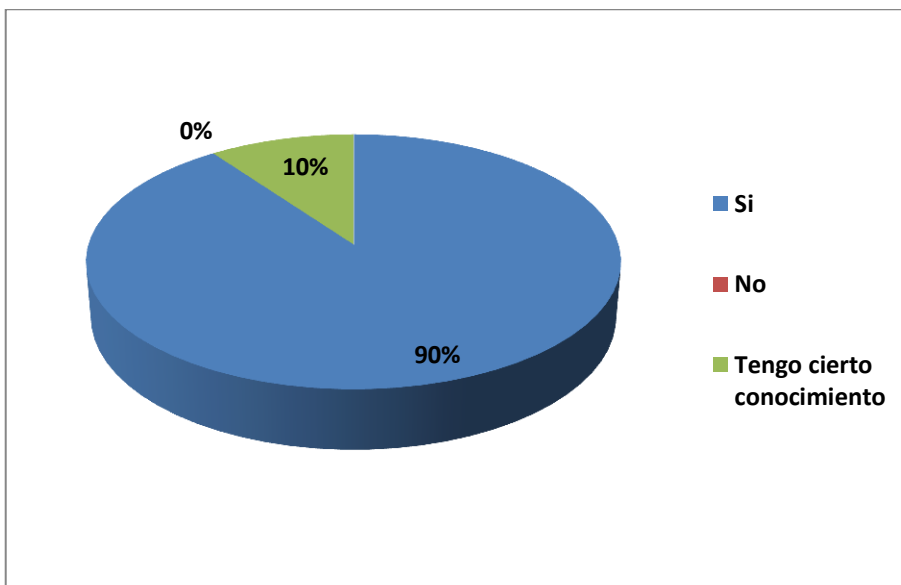


Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente

Fuente. Tabla 3

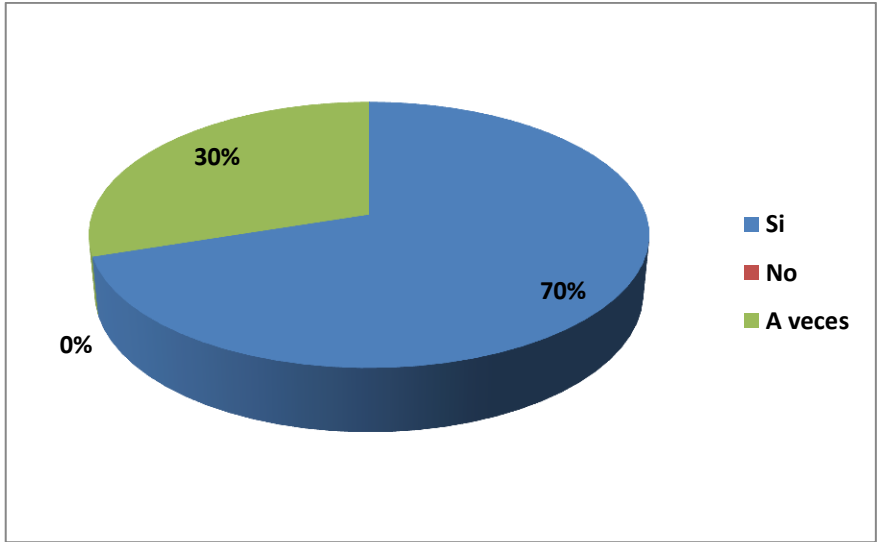


Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes

Fuente. Tabla 3

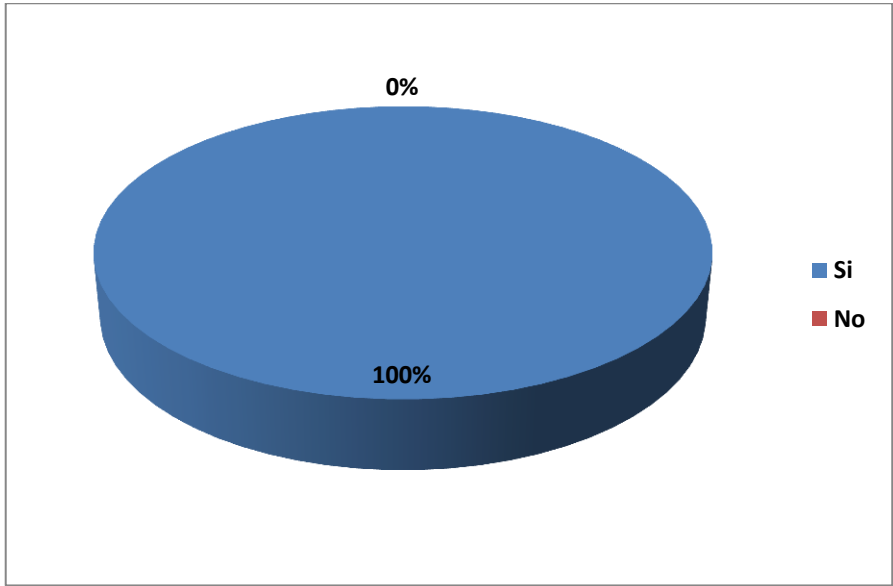


Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que regresen a su empresa

Fuente. Tabla 3

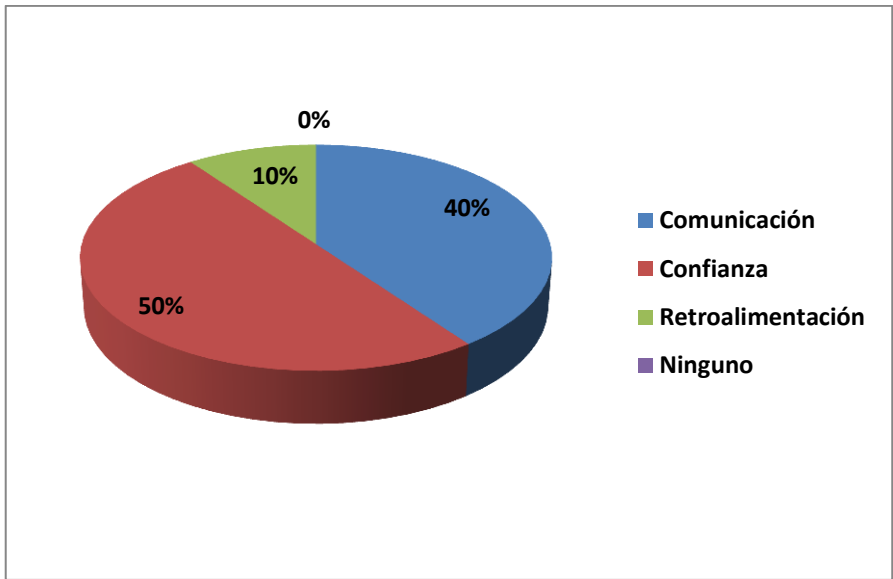


Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

Fuente. Tabla 3

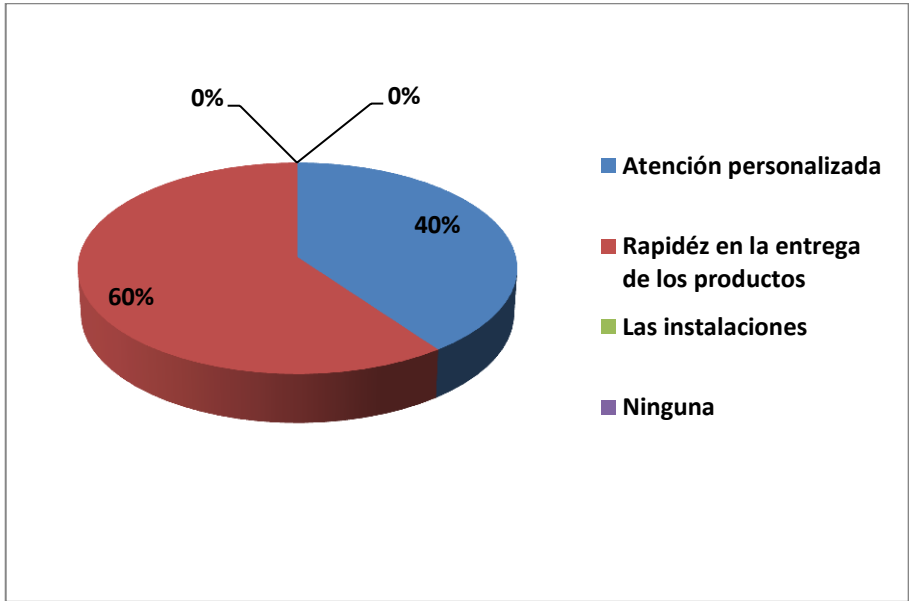


Figura 20. Factores que utiliza para una mejor atención al cliente

Fuente. Tabla 3

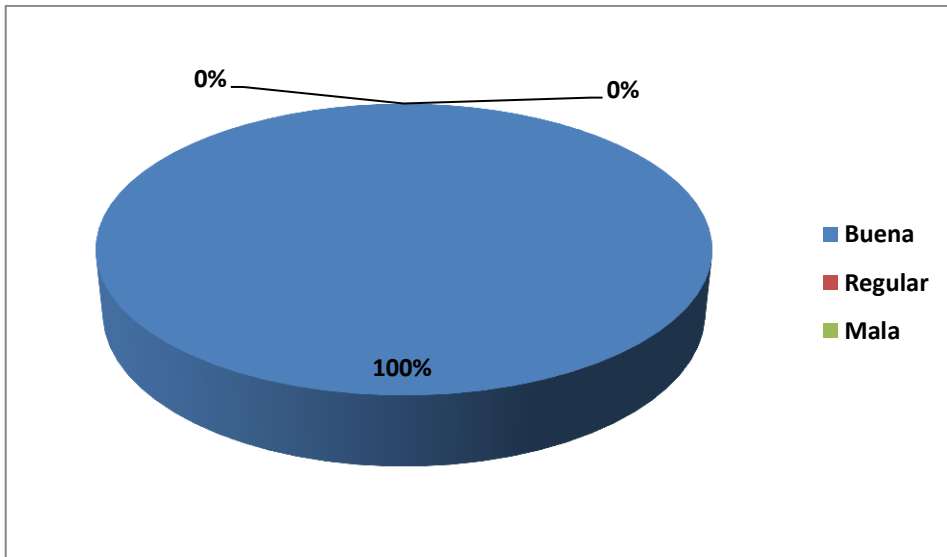


Figura 21. La atención que brinda a los clientes es
Fuente. Tabla 3

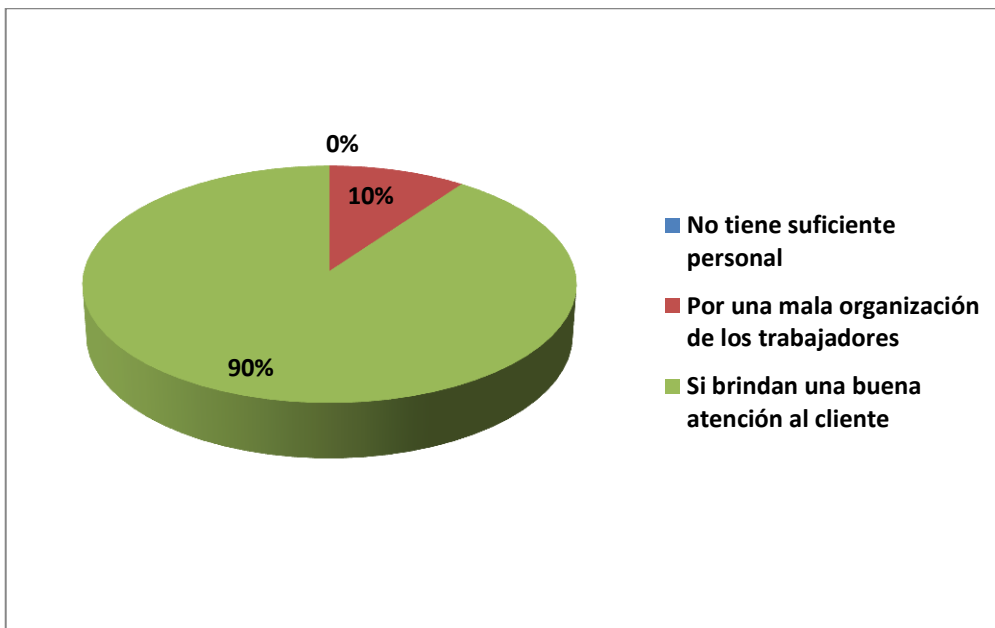


Figura 22. Motivo por el que se da una mala atención al cliente
Fuente. Tabla 3

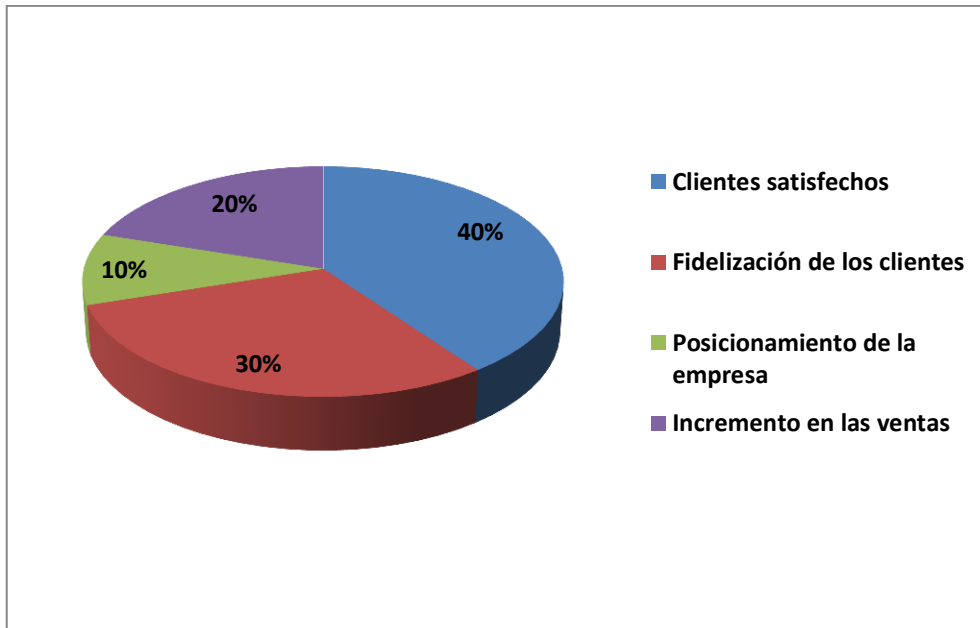


Figura 23. Resultados que se ha logrado al brindar buena atención al cliente

Fuente. Tabla 3