



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MYPE DEL SECTOR SERVICIO
RUBRO POLLERÍAS DISTRITO DE HUANCANÉ AÑO
2019**

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

AUTOR

**SIGFREDO FELIPE SÁNCHEZ JIBAJA
ORCID: 0000-0002-6567-5020**

ASESOR

**CARI CONDORI, DIVAN YURI
ORCID: 0000-0002-0805-6629**

JULIACA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Sánchez Jibaja, Sigfredo Felipe

ORCID: 0000-0002-6567-5020

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

ASESOR

Cari Condori, Diván Yuri

ORCID: 0000-0002-0805-6629

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

JURADO

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Quispe Quispe, Yan Carlo

ORCID: 0000-0001-9944-0687

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

.....
Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero
PRESIDENTA

.....
Mgtr. Víctor Hugo Espinosa Otoyá
MIEMBRO

.....
Mgtr. Yan Carlo Quispe Quispe
MIEMBRO

.....
Mgtr. Diván Yuri Cari Condori
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios, por brindarme la vida,
por su infinito amor y su
bendición en esta cada momento
de dificultad.

A todas las personas que me
guiaron, aconsejaron y sobre
todo a mis padres e hija que son
mi inspiración y fuerza para
lograr mis metas.

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este trabajo a
Dios que me brindo la existencia
y fuerza para realizar este
proyecto de investigación.

A mi esposa Marizol e hijos
Luana y Mathías, por ser mi
empuje hacia mi superación
personal y profesional, y por su
apoyo, amor y compartir mis
triumfos.

A mi padre y madre, y demás
familiares, por haberme brindado
su apoyo y consejo.

RESUMEN

Actualmente, las micro y pequeñas empresas tienen que lidiar con inconvenientes que causan problemas en su desarrollo, crecimiento y permanencia. Consecuentemente deben implementar métodos de gestión de calidad en la atención al cliente, para mantenerse en el mercado. El presente estudio tuvo como objetivo principal: Determinar las principales características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019. Fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental-transversal, con una población obtenida por muestreo no probabilístico de 05 MYPE, a quienes se aplicó un cuestionario de 23 preguntas, obteniéndose como resultados: Sobre las MYPE y sus representantes: El 80% son del género femenino, 60% permanecen de 0-3 años en el rubro. En cuanto a gestión de calidad: El 80% conocen el término, el 80% emplea la gestión de calidad, el 80% cree que la gestión mejorará el rendimiento de sus negocios y les permiten lograr sus objetivos. Respecto a atención al cliente: El 80% conoce el término, el 60% cree que la atención que brindan al cliente es buena, y el 80% cree que la atención al cliente les permite el posicionamiento en el mercado. Por consiguiente, se obtuvo las siguientes conclusiones: La mayoría son de género femenino, tienen una permanencia de 0-3 años, emplean la gestión de calidad y esta les permite lograr sus objetivos, creen que la atención al cliente es buena y que además les permite posicionarse en el mercado.

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

ABSTRAC

At present, the micro and small companies have to deal with inconveniences that cause problems in their development, growth and permanence. Consequently, they must implement quality management methods in customer service, to stay in the market. The present study had as its main objective: To determine the main characteristics of quality management and customer service in the MYPE of the service sector, poultry sector of the Huancané district, 2019. It was descriptive, quantitative, non-experimental design -transversal, with a population obtained by non-probability sampling of 05 MYPE, to whom a questionnaire of 23 questions was applied, obtaining as results: About the MYPE and their representatives: 80% are female, 60% remain 0- 3 years in the business. Regarding quality management: 80% know the term, 80% use quality management, 80% believe that management will improve the performance of their businesses and allow them to achieve their goals. Regarding customer service: 80% know the term, 60% believe that the customer service is good, and 80% believe that customer service allows them to position themselves in the market. Consequently, the following conclusions were obtained: Most are female, have a 0-3 year tenure, employ quality management and this allows them to achieve their goals, they believe that customer service is good and that they also allows you to position yourself in the market.

Key words: Quality management, customer service, Micro and small companies.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRAC	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
I. INTRODUCCIÓN	15
II. REVISIÓN DE LITERATURA	21
2.1 Antecedentes	21
2.2 Base teórica de la investigación	34
2.2.1 La gestión de la calidad.....	34
2.2.1.1 Los 14 principios de Deming.....	35
2.2.1.2 El ciclo de Deming	36
2.2.1.3 La gestión.....	38
2.2.1.4 La valoración de la gestión empresarial.....	39
2.2.2 Atención al cliente	42
2.2.2.1 Orientación al mercado.....	44
2.2.2.2 Necesidades de los clientes	44
2.2.2.3 Expectativas de los clientes	45
2.2.2.4 La Satisfacción de los clientes	46
2.2.2.5 Los principios del servicio al cliente.....	48

2.2.2.6	Evaluación del cliente hacia el servicio.....	50
2.2.3	MYPE.....	51
2.2.3.1	La Nueva Ley de la MYPE N° 30056.	51
2.2.3.2	Importancia de las MYPE.....	53
2.3	Marco Conceptual	54
2.3.1	Servicio.	54
2.3.2	Cliente	54
2.3.3	Gestión de calidad.....	54
2.3.4	Atención al cliente	55
III.	HIPÓTESIS	56
IV.	METODOLOGÍA.....	57
4.1	Diseño de la investigación.....	57
4.2	Población y muestra	58
4.2.1	Población.....	58
4.2.2	Muestra.....	58
4.3	Definición y operacionalización de variables.....	59
4.3.1	Variable 1: Gestión de Calidad.	59
4.3.2	Variable 2: Atención al Cliente.....	59
4.3.3	Validez y Confiabilidad.	59
4.3.4	Cuadro de operacionalización de variables.....	61
4.4	Técnica e instrumento de recolección de datos	62
4.4.1	Técnica.....	62
4.4.2	Instrumento.	62
4.5	Plan de análisis de datos.....	62
4.6	Matriz de consistencia	64

4.7	Principios éticos	65
V.	RESULTADOS	67
5.1	Resultados	67
5.1.1	Objetivo específico 1.	67
5.1.2	Objetivo específico 2	75
5.1.3	Objetivo específico 3.	83
5.2	Análisis de Resultados.....	90
5.1.4	Referente a datos generales de las MYPE y sus representantes.....	90
5.1.5	Referente a gestión de calidad.....	93
5.1.6	Referente a la atención al cliente	96
VI.	CONCLUSIONES	99
	ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	101
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	102
	ANEXOS	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Edad del representante legal de la empresa.....	67
Tabla 2 Género de los representantes de las MYPE.....	68
Tabla 3 Grado de instrucción de los representantes de las MYPE	69
Tabla 4 Cargo de los representantes de las MYPE	70
Tabla 5 Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	71
Tabla 6 Número de empleados	72
Tabla 7 Personas que trabajan en la empresa.....	73
Tabla 8 Objetivo de creación.	74
Tabla 9 Sabe qué es gestión de calidad.....	75
Tabla 10 Que dificultades tiene para la implementación de Gestión de Calidad.....	76
Tabla 11 Qué técnicas modernas de la gestión de calidad utiliza.....	77
Tabla 12 Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.....	78
Tabla 13 Planifica sus actividades para que el servicio que brinda sea lo solicitado por el cliente.....	79
Tabla 14 La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.....	80
Tabla 15 La gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos y metas trazados por la organización.....	81
Tabla 16 Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.....	82
Tabla 17 Sabe qué es la atención al cliente.....	83
Tabla 18 Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento.	84
Tabla 19 La atención que brinda a los clientes es.....	85
Tabla 20 Por qué considera usted que se está dando una mala atención al cliente....	86
Tabla 21 Qué técnicas modernas de atención al cliente aplica dentro de su MYPE.	87

Tabla 22 Cree Ud. Que su negocio es eficiente cuando atiende y da solución a los
reclamos de los clientes 88

Tabla 23 Cree Ud. Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su
negocio en el mercado. 89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Gráfico de barras de la Edad del representante legal de la empresa.....	67
Figura 2. Gráfico de barras del género de los representantes de las MYPE	68
Figura 3. Gráfico de barras del grado de instrucción de los representantes de las MYPE	69
Figura 4. Gráfico de barras del cargo de los representantes de las MYPE	70
Figura 5. Gráfico de barras del tiempo de permanencia de la empresa en el rubro...	71
Figura 6. Gráfico de barras del número de empleados	72
Figura 7. Gráfico de barras de las personas que trabajan en la empresa.....	73
Figura 8. Gráfico de barras del objetivo de creación.	74
Figura 9. Gráfico de barras de si sabe qué es gestión de calidad.....	75
Figura 10. Gráfico de barras de que dificultades tiene para la implementación de Gestión de Calidad.....	76
Figura 11. Gráfico de barras de qué técnicas modernas de la gestión de calidad que utiliza	77
Figura 12. Gráfico de barras de qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce	78
Figura 13. Gráfico de barras de si planifica actividades para que el servicio que brinda sea acorde a lo solicitado por el cliente	79
Figura 14. Gráfico de barras de la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.....	80
Figura 15. Gráfico de barras de la gestión de calidad le permite lograr sus objetivos y metas trazados por la organización.	81
Figura 16. Gráfico de barras de si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	82
Figura 17. Gráfico de barras si sabe qué es la atención al cliente.....	83

Figura 18. Gráfico de barras de cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento.	84
Figura 19. Gráfico de barras la atención que brinda a los clientes es	85
Figura 20. Gráfico de barras de por qué considera usted que se está dando una mala atención al cliente	86
Figura 21. Gráfico de barras de qué técnicas modernas de atención al cliente aplica dentro de su MYPE	87
Figura 22. Gráfico de barras de si cree Ud. Que su negocio es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes	88
Figura 23. Gráfico de barras de si cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su negocio en el mercado.....	89

I. INTRODUCCIÓN

En diversos países de Latinoamérica, las medianas y pequeñas empresas realizan acciones significativas dentro del crecimiento fructífero debido a que generan empleos, su contribución en la cantidad general de empresas debido a su contribución en el “Producto bruto interno”; sin embargo, varias de ellas tienen complicaciones de subsistencia a causa de una inadecuada gestión de calidad que emplean en sus métodos y en su atención al consumidor, esto les produce un estancamiento y poco crecimiento; esto es una complicación internacional. (Tello, 2014)

Actualmente las MYPE están efectuando un rol muy significativo en nuestra sociedad para el progreso e incremento económico del país, constituyendo un enfoque diferente, al ser la mayor fuente productora de empleo. Las MYPE van ascendiendo cada vez más, y así se fortalece nuestra economía, por su importancia en el producto bruto interno (PBI), logrando reducir la tasa de desempleos. Esto es debido a que un gran número de micro y pequeñas empresas se dispersa en un plazo menor a un año; y las que quedan se vuelven más influyente en la economía y el mercado. Por consiguiente a esto irán aumentando la capacidad de producción, a su vez necesitarán aumentar su mano de obra e incrementarán sus tributos al Estado. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2016)

En un estudio del Ministerio de la producción (2018), encontró que el número de MYPE en el Perú, dio como resultado, que el fragmento empresarial representa el 99,5% del total de empresas formales en la economía peruana. De las cuales “El

96,2% son microempresas, 3,2% pequeña y 0,1% mediana. De todas estas un 87,6% se dedican al comercio y a los servicios, y un 12,4% a la actividad productiva (agropecuario, manufactura, construcción, minería y pesca). Durante los años del 2013 al 2017, el número de empresas formales se incrementó a un promedio anual de 7,2% y un 48.4% de las MYPE aún no están sentadas en SUNAT”.

El Perú, tiene pérdidas del 50% en ventas de las microempresas y medianas empresas, causadas por su mala gestión, esto se refleja principalmente por la duplicidad de funciones en las que se desenvuelven, el poco conocimiento que poseen respecto a su misión y visión, asimismo como la poca claridad en obtener sus objetivos, debido a esto deben de concentrarse en subsanar estos inconvenientes de la gestión de calidad y poder perfeccionar los métodos para mejorar la particularidad de la atención del cliente, para lograr el crecimiento en el mercado. (Grimaldo, 2015)

Una de las estrategias que usan los dueños de las MYPE es buscar y obtener empleados con capacidades y cualidades que fomenten sus productos y servicios, avalando las ganancias a sus negocios. Muchas de las MYPE poseen dificultades de sostenimiento las cuales se deben a una pobre “Gestión de calidad y débil atención al cliente”, que consignan a en las técnicas, lo que frustra continuar ascendiendo en el sector, causando dificultades de niveles de crecimiento.

Las MYPE en nuestra Región de Puno, están entre las regiones que tienen un mayor crecimiento porcentual de empresas con un 5,7%. Los comerciantes pequeños y grandes indagan diversas maneras de poder avanzar e incrementar su negocio, buscando diversas estrategias y métodos de competencia, para lograr en un mercado

competitivo y una posición sólida para extender sus ingresos y ganancias financieras.
(Instituto Nacional de Estadísticas e informática, 2015)

En la región Puneña es significativo mencionar que las MYPE necesitan ser apoyadas, con el propósito que apliquen y optimicen sus técnicas de gestión de calidad y la atención al cliente. Esto les permitirá lograr tener una correcta diligencia de instrumentos y técnicas administrativas, obtener conocimientos en gestión empresarial para la ocupación de decisiones y poder desarrollarse con mejor destreza.

Las pequeñas y medianas empresas son muy relevantes en el crecimiento económico de nuestra región, varias de estas empresas deben lidiar con diversos obstáculos e inconvenientes, que causan problemas en el desarrollo, crecimiento y permanencia de la esfera empresarial. Dichos problemas salen al descubierto pues esto se debe a que los emprendedores no se comprometen en optimizar sus procesos, no poseen en la atención al cliente una gestión de calidad, tampoco indagan estrategias apropiadas para efectuar sus negocios; ello se manifiesta en el rubro de las pollerías del Distrito de Huancané, donde los servicios se volvieron más competitivos, porque los usuarios cada vez son más rigurosos y selectivos al adquirir un producto. Los clientes están más orientados y poseen criterios de elección, además se debe considerar que en la actualidad, están irrumpiendo empresas nuevas e innovadoras, que tratan de ser más competitivas y que cuentan con nuevas tecnologías, con el objetivo de mantenerse en el mercado.

Los propietarios de las MYPE deben aplicar métodos de gestión de la calidad en atención al consumidor en la prestación que brindan, para así cumplir de esta manera con las pretensiones del consumidor, lograr su fidelización, tener prestigio para poder tener éxito en sus actividades comerciales, y para brindar la información exacta.

En este sentido y acorde a la presente línea de investigación con la exposición de la problemática, formulamos el siguiente enunciado: ¿Cuáles serán las principales características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019? Para proporcionar sentido a la solución del enunciado se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019. Para conseguir alcanzar el objetivo general, se desagregó en objetivos específicos: Determinar las principales características de las MYPE y sus representantes del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019; Determinar las principales características de la gestión de calidad del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019, y Determinar las principales características de la atención al cliente del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019.

Este estudio, se justificó, porque permite describir las características principales de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019. Permite conocer a las MYPE del ambiente de estudio y si estas crean instrumentos de gestión de calidad, y de la

atención al cliente en el transcurso de las diligencias institucionales, de manera que pueden alcanzar la competitividad en los mercados.

La justificación Teórica del presente estudio, es porque se adquirirá información sobre la gestión de calidad y la atención al cliente; y su fruto se refleja en la fidelización de las MYPE, con el propósito de mejorar la atención de los clientes. Es decir que la buena atención al cliente permite que las empresas incrementen o reduzcan sus ingresos permitiéndoles permanecer en el mercado, conquistar a sus potenciales consumidores y creando mayores y mejores oportunidades de empleo para más familias Huancaneñas.

La justificación práctica, se da porque en el presente estudio existe la necesidad de brindar un refuerzo a los representantes de las MYPE sobre la gestión de calidad y la buena atención, para que puedan mejorar sus empresas dando solución oportuna a sus quejas, brindando un ambiente agradable, cómodo, y una atención individualizada.

La justificación metodológica del presente estudio, se da porque la elaboración y aplicación de las rubricas “gestión de calidad y la atención al cliente”, se indagan mediante un método científico, brindan datos apreciables, dispuestos y servirá de base para las próximas investigaciones.

El presente estudio se desarrolló usando la metodología de diseño No experimental-Transversal, de tipo descriptivo y nivel cuantitativo, la muestra elegida fue de 05 MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, mediante la técnica de la

encuesta, con el propósito de describir las principales características de las variables de estudio las cuales son la gestión de calidad y la atención al cliente, dicho estudio pertenece a la línea de investigación de Gestión de calidad. Del mismo modo, la presente investigación formará parte del repositorio institucional de la ULADECH en la Escuela Profesional de Administración. Por ello, esta investigación servirá como base a venideras investigaciones, ya sean correlacionales o descriptivas.

La presente investigación contiene las siguientes partes: I Introducción, donde se plasma el planteamiento del problema, los objetivos, el enunciado del problema y la justificación. II Revisión de literatura, está formada por los antecedentes (internacionales, nacionales y regionales), la base teórica y el marco conceptual. III Hipótesis, IV Metodología, se describe el diseño de la investigación, la población y muestra, definición y operacionalización de variables, técnica e instrumento de recolección de datos, plan de análisis de datos, matriz de consistencia y los principios éticos. V Resultados, los cuales fueron: El 80% son del género femenino, el 60% permanecen de 0-3 años en el rubro, el 80% conocen el término, el 80% emplea la gestión de calidad, el 80% cree que la gestión mejorará el rendimiento de sus negocios y les permiten lograr sus objetivos, el 80% tiene conocimiento del término, el 60% cree que la atención que brindan al cliente es buena, y el 80% cree que la atención al cliente les permite el posicionamiento en el mercado. VI Conclusiones, las cuales fueron que los representantes en su mayoría son de género femenino, tienen una permanencia de 0-3 años, emplean la gestión de calidad y esta a su vez les ayuda a lograr sus objetivos; en consecuencia, piensan que la atención al cliente es buena y en el ámbito del mercado logran posicionarse.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Cárdenas, Mora, & Sánchez (2013). Hicieron un estudio en Guayaquil sobre el “Análisis en la atención al cliente en el restaurante La Riviera y su impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento”. Con el objetivo de evidenciar la existencia del problema en la atención al cliente en el restaurante La Riviera. Usó la metodología descriptiva, analítica y llegó a las conclusiones siguientes: El cumplimiento de las expectativas del cliente son muy importantes para su entera satisfacción y contento de su estadía, Los meseros que son contratados no son capacitados oportunamente para atender a los clientes, pues se busca un perfil básico de reclutamiento y el cliente percibe que el mesero no está al tanto de lo que hace su empresa. Esta investigación sirvió de referencia en la identificación y el desarrollo de los antecedentes de estudio y la relación con la variable atención al cliente y permite exponer la importancia de la calidad de y que ésta influye en todo sector y rubro, lo que permite puntualmente ajustar los manejos internos de la atención al cliente, de manera que la calidad este dirigido hacia el cliente y no lo solo a intereses de la empresa.

Hidalgo (2016). Realizó un estudio de “Modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del GADM, en Cantón Babahoyo, Ecuador”; su objetivo en la mejora de calidad y atención fue trazar un modelo de gestión al consumidor del GADM-Cantón Babahoyo; su metodología fue de enfoque cualitativo, tipo descriptivo. Aplicó el cuestionario a una muestra de 200 funcionarios de la actual administración. Sus conclusiones principales fueron: Primero que la bibliografía

histórica concerniente a modelos de gestión de calidad pauta incontables elecciones para optimar la administración de empresas privadas como públicas. Contextos como las 5S, administración por procesos, ISO, gestión por objetivos, entre otros y demás normativas, hoy por hoy se consideran de gran auxilio y se fueron actualizándose y adaptándose a la situación de las compañías de gran manera. Se encontró que la normativa ISO-9001-2008 es la que está más perfeccionada, al comprender aspectos sustanciales como perspectiva al consumidor, los indicadores de gestión y conducción de ejercicios correctivos y preventivos, en diversos contextos significativos hacia la prosperidad de métodos de atención a los consumidores del GADM del cantón de Babahoyo. A la vez se concluyó en que mejoró notablemente los métodos administrativos del establecimiento y esto conlleva a la complacencia, el crecimiento y abstracción de sus usuarios. El estudio de Hidalgo, contribuyó en la presente investigación como referencia y guía con sus estudios sobre la instancia metodológica y una perspectiva de estudios previos sobre las variables de estudio de calidad y atención al usuario, mostrando la importancia de un modelo de gestión que permite la satisfacción del cliente.

Lima y Colmenares (2016). Realizaron un estudio sobre la “Gestión de calidad y toma de decisiones en las PYME del sector de medios impresos regionales del estado Lara, Venezuela”. Esta investigación tuvo como objetivo analizar la gestión de calidad para la toma de decisiones en 5 PYME concernientes a los medios impresos regionales en el estado de Lara, Venezuela. Este estudio fue descriptivo y de diseño de campo. Realizaron 2 cuestionarios, uno fue dirigido a los gerentes generales y/o administrativos y el otro estuvo dirigido a los gerentes de los departamentos y responsables de la calidad. Sus resultados fueron: Solo 2 empresas tuvieron un

sistema de gestión de calidad basado en el pensamiento estratégico, la gran mayoría de las PYME utilizan herramientas de gestión de calidad de forma habitual y no le brindan la importancia correspondida, también las decisiones que toman no lo hacen analizándolo ni consultando a expertos. El aporte de Lima y Colmenares me permitió obtener una mirada comparativa del aspecto teórico que se emplea en el país de Venezuela y su desarrollo con respecto al análisis de la variable gestión de calidad.

De Barros (2016). Realizó una investigación en España sobre “La gestión de la calidad como facilitador del proceso estratégico en las pequeñas y medianas empresas”. Tuvo como objetivo analizar el uso de herramientas y modelos de calidad que logran la afectación o la facilitación del proceso integrador de alineación de táctica en el tema de PYME con la gestión de calidad. El estudio fue exploratorio con estudio de población de casos múltiples en empresas de España y Brasil. Obtuvo resultados que evidenciaron la relación directa del acogimiento de herramientas de calidad y la racionalidad de los procesos de formación de la estrategia, la formalización de la PYME no sean tan afectadas con la implementación de instrumentos y métodos de gestión de calidad, sino contrariamente por sus características y el porte de la organización. Llegó a la conclusión de que la experiencia profesional, sobre todo la formación obtenida en el proceso deben tomarse variables primordiales que expresan cómo el sumario de formación de la estrategia causante del uso de técnicas en calidad, herramientas y de la interacción de las particulares del negociante asiente el triunfo y el perfeccionamiento de las instituciones trabajadas. La investigación de Barros, me permitió tener un horizonte de estudios relacionada a la variable de la gestión de calidad y que ésta es más

relevante en la implementación de estrategias de calidad, para lograr el progreso y éxito de las empresas.

Burgos (2017). Realizó una investigación en Colombia, titulada: “Desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad en el Restaurante Bar Ouzo Agave Azul S.A.S. Bajo los Lineamientos de la Norma ISO 9001:2015 y la Norma Técnica Colombiana NTS-USNA 008 de la Universidad Libre” su objetivo fue: Desarrollar el sistema de gestión de calidad para el restaurante- bar Ouzo Agave Azul S.A.S (Santa Marta, Magdalena) bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008 que estandarice sus procesos y valore el riesgo del sistema. Usó una metodología de investigación de tipo cualitativa y cuantitativa. Concluyendo que, al finalizar un diagnóstico y verificar cada una de las normas, observamos que la primera de ellas, tiene una matriz la cual puede aplicarse a diferentes organizaciones, esta a su vez, reflejará información por medio de esquemas o diagramas de redes, otorgando una visión a nivel general y específica en cumplimiento a los numerales de la norma; y al concluir se generó un plan de acciones el cual fue el paso uno para el diseño de SGC y una lista de control de la norma NTS USNA 008, donde se demostró los requisitos que solicitaron y acciones de cumplimiento. De acuerdo a Burgos, la creación de un plan de desarrollo de gestión de calidad es muy importante para la empresa. A su vez me permitió poder adquirir una noción más centrada sobre la gestión de calidad y la relevancia que cada día va adquiriendo para el crecimiento de las empresas.

Tirado (2014). Realizó una investigación titulada “Gestión administrativa y la calidad de atención al cliente, en el colegio químico farmacéutico de La Libertad, Trujillo”.

Aplicó una encuesta a los empleados y profesionales agremiados, sus resultados fueron perfeccionados con la diligencia de una entrevista y la observación directa. Su objetivo principal fue sustentar de qué manera la Gestión Administrativa influye en la Calidad de Servicio al Cliente en el Colegio Químico Farmacéutico. Su metodología fue: diseño No Experimental, de corte Transversal y Explicativo-Correlacional. Su resultado fue que se pudo lograr los objetivos de la investigación y se ha confirmado la validez de la hipótesis de que la “Gestión Administrativa influye de manera directa en la Calidad del Servicio al Cliente”. Sus conclusiones fueron: Se concierne que los mayores problemas están relacionadas a la falta de un plan estratégico, su delimitada gestión de recursos humanos y la enclenque gestión de peculios tecnológicos, poca capacitación al personal, poca comunicación con los directivos, falta de la aplicación y modernización a los programas de cómputo y conservar actualizadas las bases de datos, que admitan tomar decretos acertados. El estudio de Tirado, permite comparar y estudiar con respecto a la atención al cliente y aporta en el contexto teórico. También demuestra que la gestión influye directamente en la atención hacia cliente, y demuestra su relevancia en el presente estudio.

Goicochea (2016). Realizó un trabajo de escudriñamiento titulado “La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015”, para obtener el título de Lic. En administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, su objetivo general fue: Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Vila María del Triunfo- Lima, periodo 2015. Tipo de

investigación fue cuantitativa-descriptiva, con diseño no experimental transversal, en la recolección de datos se optó una muestra poblacional de 10 MYPE en el rubro de restaurantes del boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo. Alcanzando los resultados siguientes: Un 100% son peruanos, un 80% posee entre 31 y 50 años, un 70% son de género masculino. Referente a las MYPE: un 60% tiene de 7 a más años de funcionamiento, un 60% poseen de 1 a 4 de empleados. Referente a la gestión de calidad: un 80 % afirman que poseen noción en la gestión de calidad mientras, que un 10 % no poseen conocimiento, un 30% desarrolla estrategias de calidad; mientras que un 70% no las desarrolla. La investigación de Goicochea, permite comparar y estudiar con respecto a la variable gestión de calidad, a su vez se enfoca en el sector “servicio” y la metodología empleada es muy similar a la usada en la presente investigación.

Madueño (2016). Realizó un estudio de investigación titulado: “Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librerías en el centro del distrito de nuevo Chimbote, 2016” cuyo objetivo primordial fue: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librerías en el Centro del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016. La metodología que aplicó fue de diseño no experimental, de corte transversal y descriptivo. Su población estuvo constituida por 10 micro y pequeñas empresas, su muestra recae a 10 MYPE. Sus conclusiones fueron: La gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación aporta en gran modo al mejoramiento, la eficacia y el logro de las micro y pequeñas empresas poseyendo

una buena interrelación y asentimiento por parte de los clientes. A lo estudiado por Madueño, puedo decir que esta investigación brinda una metodología similar a la presente investigación y permite analizar la variable Gestión de calidad y su trascendencia en el mercado.

Pérez (2017). Realizó una investigación titulada “Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, en el año 2016”, poseyó como objetivo general: Analizar las principales características de la gestión de calidad en el servicio al cliente de las Micro y pequeñas empresas, rubro cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016. El diseño que usó fue: No experimental-transversal y descriptivo. Con una población constituida por 10 Micro empresas y su muestra usada es toda la población. Logró los resultados de: El 60% indicaron ser los propietarios de la empresa. El 40% de los representantes poseen n el cargo entre 1 a 3 años. El 60% poseen entre 18-30 años. El 50 % son varones. Un 60% poseen educación superior no universitaria. Un 70% de las MYPE poseen una permanencia de entre 4-5 años. El 70% cuentan con 1-3 empleados. El 50% de las MYPE tienen como personal a miembros de su familia y externos. Un 80% poseen conocimiento sobre la gestión de calidad. El 70% emplean la gestión de calidad en la asistencia al cliente. Así mismo, consiguió las conclusiones: Mayoritariamente son jóvenes con edades que van entre los 18 hasta 30 años de edad, son de sexo masculino, y la mayoría tiene una instrucción de nivel no universitaria. La gran parte de las MYPE se posicionaron en la calidad del producto, obteniendo la fidelización de sus comensales, poseen de 1 a 3 empleados que son eventuales. La mayoría poseen comprensión sobre gestión de calidad y consideran que esto les genera una mejora permanente. Con su

investigación, Pérez, permitió analizar y comparar su población de estudio debido a que coincide en el sector “servicio”, esto ayudó a contrastar sus resultados y su discusión con el presente estudio, por tener características parecidas a la región de Puno, tanto por su ubicación y su geografía.

Antúnez (2017). Realizó un estudio cuyo título es “Gestión de Calidad en la Atención al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey 2016”, su objetivo fue determinar las características de la gestión de calidad en la atención al cliente de la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey 2016, usó el diseño de no experimental, de corte transversal y de nivel descriptivo, tomó a 26 micro y pequeñas empresas como población, cuya muestra fue de 22 MYPE. Consiguiendo los resultados: el 72,7% oscilan entre 31 hasta 50 años, el 63,6% pertenecen al sexo masculino, un 45,5% obtuvieron estudio superior, un 63,6% contratan entre 1 a 5 empleados, un 59,1% son negocios informales, un 68,2% poseen de 0 a 3 años de continuidad, un 59,1% usan la gestión de calidad, el 40,9% manifiestan usar el método de gestión para la mejora continua de su negocio. Concluyó que la gran parte de las MYPE son adultos, poseen una edad entre 31 hasta 50 años, son masculinos, con instrucción de educación superior, un gran porcentaje son informales, permanecen en el rubro de 0-3 años y tienen de 1-5 personales, los representantes en su mayoría indican estar aplicando una gestión de calidad, realizando la mejora permanente como técnica. Lo referido en el estudio de Pérez, permite tener la referencia para el análisis, la comparación, la discusión y el análisis de los resultados, por tener objetivos y metodologías equivalentes a las del presente estudio.

Yzaguirre (2019). Formó una tesis cuyo título fue: “La gestión de calidad en la atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, del rubro de pollerías, en la ciudad de Chimbote, 2018”. Su objetivo general fue: Determinar las características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías. Su metodología fue transversal-descriptivo no experimental. Su muestreo fue de 12 pollerías, utilizó un cuestionario con 23 interrogantes, cuyos resultados son: un 75% son de 31- 50 años, 75% son de sexo masculino, un 58.3% poseen estudios universitarios, un 66,6% son dueños y administradores, un 66,6% tienen 4-6 años trabajando en el cargo, un 50% tienen 4-6 años en el rubro, un 75% tiene el objetivo de generar rentas, un 58,8% conoce de gestión de calidad, un 58,3% sabe de técnicas de atención al cliente, un 66% revela que la gestión de calidad es de gran sostenibilidad, un 91,6% emplea la gestión de calidad para alcanzar su objetivo. Su conclusión: que en las micro empresas la gran mayoría absoluta tienen de 31-50 años de edad, son del género masculino, su objetivo es concebir rentas, practican la gestión de calidad en la prestación que dan, la mayoría poseen educación superior y son los dueños, y estos a su vez, poseen entre 4 - 6 años de hábito y constancia del rubro, saben que es la expresión gestión de calidad y la aplican. Cabe mencionar que la investigación de Yzaguirre, contribuyó en el presente estudio con la metodología aplicada, y tomando el instrumento validado, por tener los mismos objetivos, que sirve de referencia, porque el estudio presenta similares propósitos de investigación. A su vez permitió comparar y contrastar los resultados obtenidos, para su discusión y análisis.

Arenas (2017). Realizó un estudio de “Caracterización de la gestión de calidad en la producción de las MYPE en el rubro Artesanía-cerámica al horno en el distrito de

Pucara, provincia de Lampa, región de Puno-periodo 2016”. Su objetivo principal fue: describir las características de la gestión de la calidad y la producción de las MYPE en el rubro Artesanía-cerámica al horno en el distrito de Pucara, provincia de Lampa. Su estudio fue no experimental, descriptivo. Su población y muestra fue de 6 micros y pequeñas empresas del rubro artesanía-cerámica. Sus variables del estudio fueron: la Gestión de la calidad y la variable Producción. Su encuesta tuvo 14 preguntas cerradas. Concluyó en: Que desconocen que es Gestión de la calidad, y para eso deben realizar talleres de capacitación permanente en base a este tema y así fortalecer su gestión, también conocen en un 100% los términos del objetivo, se recomienda que la MYPE realicen capacitaciones y evitar pérdidas y obtener resultados adecuados en la producción. Lo investigado por Arenas, permitió ampliar el camino con respecto a la variable de “Gestión de calidad”, similitudes en cuanto al nivel educativo y costumbres por ser parecida a la del presente estudio.

Mendoza (2017). Realizó un estudio de “Caracterización de la gestión de calidad y la capacitación de las MYPE sector servicio-rubro inmobiliario del distrito de Juliaca, año 2016”. Su objetivo general fue: Determinar las principales características de la gestión de calidad y la capacitación de las MYPE sector servicio - rubro inmobiliario del distrito de Juliaca año 2016. Su metodología fue descriptivo, no experimental y transversal, su Población y muestra fue de 09 MYPE del Rubro Inmobiliario y se empleó un cuestionario con interrogantes cerradas. Sus resultados: Un 75% respondió en forma positiva que capacitan a su personal; demostrando que la capacitación es un instrumento necesario para hacer que los discípulos aviven sus habilidades. Se concluyó que algunas de las MYPE, están en proceso de ajuste al mercado inmobiliario debido a que Juliaca opta por crear muchas opciones por la

necesidad del cliente, la no capacitación y orientación que es primordial en sus obreros no se presta con el sincero compromiso para el progreso y optimar la atención de sus clientes. A lo estudiado por Mendoza concientizó extender la orientación referente a la metodología de estudio y a la variable de gestión de calidad, su relevancia en las MYPE, dado en un contexto de estudio que brinda una mirada de su trascendencia a nivel de diversos sectores.

Calla (2019). Realizó un estudio sobre: “Gestión de calidad en la atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro cafeterías de la ciudad Juliaca- 2019”, cuyo objetivo fue describir la calidad en la atención al cliente de las MYPE rubro cafeterías de la ciudad de Juliaca. La metodología aplicada fue de nivel descriptivo, su diseño no experimental corte transversal, su muestra fue de 40 trabajadores de las 5 cafeterías de la ciudad de Juliaca. Se empleó la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario. Sus resultados fueron: 52.5% de personales mencionan que la gestión de calidad es regular, pero en las dimensiones el 50% de obreros afirman que es regular el progreso continuo de la calidad del producto y servicio, un 57.5% de obreros aluden que es regular su productividad y eficacia. Llegó a la conclusión de que: La gestión de la calidad es regular en la atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro cafeterías de la ciudad Juliaca. El aporte de Calla, en la presente investigación permitió analizar el estudio en el mismo sector que es el de servicios, también sirve de fuente para el análisis de la gestión de calidad en la atención al cliente en realidades similares.

Barrantes (2019). Realizó un estudio sobre la “Gestión de calidad con el uso de la Metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías del Jr.

Huancané, Juliaca 2019”. Cuyo objetivo principal fue: El describir la gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las MYPE del sector comercio rubro librerías. Aplicó el diseño no experimental, nivel cuantitativo y descriptivo, la población fue formado por 92 trabajadores y su muestra era de 67 trabajadores, Aplicó la fórmula según Hernández (2014). Aplicó un cuestionario conformado por 20 preguntas usando la escala de Likert y la metodología DMAIC. Sus conclusiones fueron: que del total de encuestas aplicadas un 41,8% manifestaron que raras veces aplicaron la metodología DMAIC y el 38,8% consideraron que siempre es bueno el uso de la metodología DMAIC, en las MYPE del rubro librerías, debido que este usa una metodología buena cuando es empleada de modo estratégico en beneficio a sus clientes. El estudio de Barrantes, permitió contrastar y analizar la variable gestión de calidad permitiendo obtener un enfoque por realizarse en una zona similar y cercana a la de la investigación.

Cosi (2019). Hizo un estudio sobre la “Gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al cliente en la MYPE del sector Servicio- rubro transporte de Taxis Los Famosos SAC en el distrito de Huancané, año 2019”. Su objetivo fue: El describir las características de la gestión de calidad bajo la perspectiva de atención al cliente en las MYPE del sector servicio, rubro transportes-Taxis los famosos SAC en el Distrito de Huancané año 2019, este estudio fue descriptivo, cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. Su población y muestra estuvo conformada por 18 taxistas que son los dueños y socios de cada unidad de transporte, se aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, se usó la técnica de la entrevista. Sus resultados fueron: Referente a Gestión de Calidad; saben que son las técnicas de gestión empresarial y operan el plan de labor para optimizar la calidad. Con referente

a la atención al cliente, un 100% tiene sus unidades móviles y estas plasman con los esquemas, toman en cuenta las sugerencias de los usuarios. Sus conclusiones fueron: la mayoría de los encuestados poseen conocimientos en “Gestión de calidad”, saben sobre la atención. Cabe resaltar con respecto a la investigación de Cosi, aportó en el análisis de variables de “Gestión de calidad y la atención al cliente”, por tener objetivos con similitudes parecidas, la misma metodología empleada y por realizarse en la misma zona de estudio.

2.2 Base teórica de la investigación

2.2.1 La gestión de la calidad.

La calidad para Deming es: “Descifrar las necesidades próximas de los clientes en características que se pueda medir, y que así un producto logrará ser diseñado y producido para satisfacer a un precio que el cliente costeará; la calidad puede estar precisada en términos del agente”. (Deming, 1990)

Otros precursores de la calidad:

Juran, es considerado uno de los padres de la gestión de calidad y definió la calidad en dos conceptos diferentes que están relacionados entre sí, el primero está orientado a los ingresos para conseguir adelantos y la segunda es con el fin de conseguir el control. También conceptualizó una jerarquía estructurada y organizada de compromiso de la dirección y la obtención de la calidad. Creó la trilogía de Juran, en donde plantea la identificación de las actividades y su aplicación en cada etapa de la gestión de calidad como es la planeación, el control y la mejora continua. (Juran , 2001)

Kaoru Ishikawa, indica de manera más definida, que la calidad “Es calidad de la labor”, del servicio, de la información, del proceso, de los objetivos, entre otros. Logró definir una única filosofía y como una técnica que forma como porción de la calidad llamada Las 07 herramientas primordiales de calidad suministrada en un conjunto de metodologías gráficas equiparadas como los más ventajosos para la resolución de inconvenientes de la calidad. Ishikawa creó los esquemas de

dispersión, los histogramas, el esquema de flujo, el esquema de Ishikawa (espina de pescado), entre otros. (Ishikawa, 1989)

2.2.1.1 Los 14 principios de Deming.

Según Deming, (1989) establece 14 principios para la gestión de la eficacia y la transformación empresarial.

- Perseverancia o constancia en el principio de mejora del producto o servicio con el fin de ser más competitivo y responder la relación en la forma de realizar los negocios
- Nueva filosofía, que puede ofrecer nuevas ocasiones y retos, se debe asumir responsabilidad de ser adaptativo con los cambios. Sin embargo las innovaciones se producen a diario y son constantes.
- No depender de la inspección, se debe finalizar la dependencia en los controles e inspecciones finales para avalar la calidad. Los controles de calidad deben realizarse en el proceso con el objetivo de mejorar.
- Las compras, no se debe dejar llevar únicamente por el precio, se tienen que reunir esfuerzos en disminuir los costos. Se debe delimitar los proveedores y establecer en ellos una relación de lealtad a largo plazo.
- Mejoramiento continuo, el cual no debe ser momentánea ni estacionada, se tienen que mejorar los procesos productivos, la planeación y el servicio, asimismo la administración tiene que apegarse a la minimización de costos mediante la reducción de pérdidas y productos imperfectos.
- Entrenamiento y la capacitación de los empleados es una tarea diaria y mejoren sus resultados en cuanto a calidad y costos.

- Liderazgo, para adoptar y establecer la labor de los jefes no se debe limitar en dar órdenes o dar castigos, más al contrario debe convertirse en un orientador que ayude a mejorar el trabajo.
- El miedo, se tiene que eliminar el temor en todos sus niveles, se debe crear confianza, esto permitirá una mayor efectividad en la labor y permitirá el esfuerzo para que la compañía alcance el triunfo.
- Barreras, no fundar competencias que hagan colisionar más al contrario deben generar una visión a largo plazo que permita conseguir los objetivos, reconociendo así la contribución y la detección oportuna de fallas.
- Slogans, se debe borrar las frases preestablecidas, porque causan adversidades en las relaciones y esto produce pérdidas de calidad y de competitividad.
- Cuotas, sólo se tomaran en cuenta los números, más ningún proceso, o métodos de calidad. Por lo general se establecen en garantías de mengua calidad y costos altos.
- Logros personales, se tiene que eliminar los sistemas de igualación de méritos, estos procedimientos sólo conducen al nerviosismo y causan conflictos internos.
- Capacitación. El establecimiento de un programa interno de auto mejoramiento y educación permite el crecimiento y desarrollo personal y productivo.
- Transformación, es el trabajo de todos, y tiene que fundamentarse en un equipo que reclute todas las condiciones de liderazgo y capacidad.

2.2.1.2 El ciclo de Deming.

Deming (1989). Llamado también círculo de Deming. Esta estrategia expone los 4 avances fundamentales para alcanzar un avance continuo, disminución de las

desilusiones, acrecimiento de la competitividad, una ideología crítica, adelanto y finalización de los riesgos.

El ciclo del PDCA proviene de las siglas “Planificar, Hacer, Verificar y Actuar (Plan, Do, Check, Act)”.

- Planificar (Plan): Se examinan los oficios sensibles del perfeccionamiento y se demarcan las metas a ejecutar. Contiene hallar cambios viables que consideran las ideas de los expertos, se puede usar nuevas invenciones sobre las que se están usando. Una manera de identificar las mejoras es efectuando grupos de labores o buscando nuevas tecnologías e instrumentos que se apliquen a los procesos de la actualidad, es provechoso fijarse en otras secciones para tener una visión diferente y dar soluciones.
- Hacer (Do): Se establecen un contiguo de cambios con la finalidad que un ofrecimiento pueda ser reformada de forma general y sea beneficioso ejecutar un examen guía para verificar su funcionamiento antes de ejecutar cambios a gran progresión. La elección de la prueba debe efectuarse sabiendo que será suficiente, representativo y sin que presuma un riesgo enorme para la empresa.
- Controlar (Check): Cuando se renueva las mejoras, se debe realizar el examen para reafirmar su funcionamiento adecuado. Solo cuando no cumpla con lo esperado, tiene que cambiarse y modificar las metas estándar. Se debe evadir subjetividades, es provechoso previamente definir los juicios para decidir si funciona o no, y también se debe definir las herramientas de control.

- Actuar (Act): Se debe actuar según la época de prueba y cuando esta haya finalizado, las resoluciones pueden ser observados y discrepados con la ocupación de los oficios y de que el perfeccionamiento se ha restablecido. La estandarización de la solución, su recopilación o documentación sobre procedimientos y su posterior difusión, suelen hacer parte de la etapa actuar. En esta etapa surgen planes futuros y recomendaciones, que nos llevara a la mejora continua, cuando las deducciones son aceptables, se establecerá la mejora y cuando no se deberán elegir cambios para modificar los resultados o eliminarlos.

2.2.1.3 La gestión.

Según Arregoces y De La Rosa (2015). Define a la gestión como: “El proceso de planear, de organizar, integrar, dirección y controlar los recursos; (intelectuales, humanos, materiales, financieros entre otros) de una organización, con el fin de obtener el mayor beneficio y alcanzar los objetivos”.

El transcurso de la gestión se fragmenta en Etapas:

- Planeación: Es el inicio, es decir en donde se construye sus objetivos de las organizaciones cuya finalidad es usar los capitales útiles y que conlleven a conseguir los objetivos previstos, de acuerdo con este autor, La planeación es la apreciación de métodos, a fin de solucionar el progreso administrativo y gerencial de la MYPE, indagando disminuir los peligros y producir de manera importante todos los recursos.
- Organización: En la organización se establecen los medios y formas las cuales ayudarán a obtener lo que se espera, en el cual se anticipa la labor y los recursos

que cada organización debe hacer y así puedan lograr sus objetivos de una manera eficiente, lo que esta etapa busca, es la eficiencia, el orden y que todos coordinen racionalmente los recursos necesarios.

- Dirección: El objetivo de esta etapa es formar una estructura formal de la MYPE, además supervisando una buena administración de acuerdo a las metas que establezcan en los niveles de autoridad, en otras palabras, será un proceso que, con buen liderazgo, se podrá alcanzar las metas trazadas, además de esto, la motivación, el diálogo, el desarrollo, la constante capacitación y el trabajo en equipo; garantizan un examen efectivo de todas las tácticas para conseguir metas y deducciones positivas.
- El control: Esta fase, viene siendo una de las más importantes en la administración, ya que nos permite ver las funciones esenciales para dar resultado a dificultades que puedan aparecer entre ejecución y planificación, de esta manera tomaremos medidas correctivas y acertadas ante los problemas, por lo que mejorará el buen desempeño del trabajador y así este logre las metas establecidas.
- Gestión: Es el proceso de planear, de organizar, integrar, dirección y controlar los recursos intelectuales, humanos, materiales y financieros de una organización, con el fin de obtener el mayor beneficio y alcanzar los objetivos.

2.2.1.4 La valoración de la gestión empresarial.

La valoración de gestión empresarial permite realizar mejoras de los procedimientos que se implementaron en la empresa. “El objetivo de la evaluación de la gestión es calcular lo ejercido por el encargado directo de tomar acuerdos en una empresa, la

eficacia y la eficiencia del empresario”. Es fundamental para realizar la valoración y que se logren cumplir las fases y se consiga que la metodología funcione bien y optimice el funcionamiento correcto de la institución. (Gonzalez, 2015):

- Se definen las metas a largo y corto aplazamiento en situación de las propiedades de la institución y su medio. Es decir las estrategias de inversión, de financiamiento, de despenderos, y de consumidores.
- Deben de tener una planificación. Es decir plan de comercialización, (particulares de bienes que se producirán), proyectos y presupuestos (como el económico, el financiero, y el de producción) que midan las metas.
- Establecimiento de la distribución organizativa, con su respectiva conceptualización de las facultades y compromisos.
- Implementación del sistema para la medición, para el control y el registro de respuestas alcanzadas que consientan calcular los desvíos y sea relacionado con el objetivo y la táctica empresarial.
- Se descifren los datos logrados.

Las medidas para cumplir la valoración de la gestión, son: Los objetivos que una compañía se plantea al principio de todas las acciones de la empresa y estas son concluyentes con el evaluar la evolución y el logro de la meta perfilada, debido a ellos los objetivos empresariales se transforman en parámetros que dan una mayor importancia al momento de valorar la gestión empresarial. A través del examen se

consigue fiscalizar y retroalimentar el procedimiento de gestión empresarial, debido a esto se concluye que si no estuvieran los objetivos de la planificación trascendental y los objetivos particulares para cada subsistema que forman la distribución de la empresa, no podría deliberar en un revisión de la gestión. (Gonzalez, 2015)

Parte de la administración lo conforma el control, es parte primordial en el asunto administrativo y esto permite mejorar las dificultades encontradas en la gestión, debido a esto decimos que la labor del registro, consiente calcular e explicar su horizonte en desempeño de los objetivos, precisando e instaurando los desvíos, y hermanando sus motivos y resultados. Es significativa la evaluación de la gestión adentro de la empresa ya que permite la evaluación de la gestión y examinarlo en forma integral con el designio de calcular la eficacia de los resultados, poseyendo las claves y objetivos trazados, adentro de todos los planos de la empresa y ejecutar una alimentación de los problemas hallados. Después de efectuar el control y hallar los inconvenientes de la gestión, es debido a esto que se debe destacar la calidad que se posee del estudio correcto y pertinente del ambiente, que conviene y restringe las diligencias corporativas, y debe ser reverenciado al valorar la gestión. El espacio en el que la empresa se desenvuelve es significativo asimismo hacer caer la balanza en la respuesta que posee el objetivo.

Últimamente, posteriormente del análisis del contexto de la gestión, se logrará informar y advertir sobre la realidad de la empresa, explicar los valores logrados, equilibrar las posiciones para rendir las proporciones y las debilidades causadas en el no descargo de las reglas importantes, comprobando las amenazas.

A parte de las herramientas, constan guías que permiten calcular la gestión, dentro del primordial indicador, se puede nombrar: Una de ellas, es el ítem de eficacia, que calcula el horizonte de actuación de la causa, se centralizan en la creación de los objetos y calculan el beneficio de insumos usados en un juicio, y segundo es el itinerario de la eficacia, y calcula el nivel de cumplimiento del objetivo planteado, para este itinerario se correspondan a saber y concretar los requisitos del consumidor al paso y contrastar lo que da el juicio hacia lo se tiene en expectativa.

2.2.2 Atención al cliente

El esmero hacia el comensal o cliente según Blanco, (2007). Se describe como el conjunto de acciones desarrolladas por una empresa con una disposición hacia el mercado, orientadas a resolver las necesidades de los clientes, alcanzando llenar sus perspectivas y llegando a crear y aumentar la satisfacción de los clientes. (2p.20)

La atención al usuario existe de manera sustancial para la mejora continua de la organización. El usuario debe ser el centro de nuestra atención y compromiso, debe considerar que se le brinda de una manera simpática, correcta, ágil y ante todo que sus intereses sean cubiertos y logren la fidelización para una concurrencia más permanente. Y nos brinda 10 claves para mejorar el servicio al consumidor y que estas serán de utilidad. (Chamorro, 2016):

- El usuario es lo primero: Esto debe aplicarlo toda organización o empresa para atender a un cliente.
- Escuchar: La escucha continua es el elemento propio para el éxito del transcurso de la comunicación y la atención a nuestro cliente.

- Transmitir una imagen: Esto debe estar ligada a valores como la confianza, profesionalidad, creatividad, amabilidad y simpatía.
- Actuar: Consiste en seguir un procedimiento para resolver el problema. El trabajador debe ser ágil y eficiente.
- Lograr que el servicio al usuario sea muy viable: que la disponibilidad debe ser del lugar del espacio así como del tiempo para la comodidad del usuario.
- Empoderar al área de servicio al usuario: Brindarle autonomía nos permite poseer un lado de quehacer para arreglar los temas, para lograr acuerdos con el usuario y a la vez ser un equipo dispuesto con discernimiento en temas de transacciones y bienes.
- Trabajar en equipo: Se debe de afanar de manera cooperativa y coordinada con el objeto en común de cumplir las reclamaciones del usuario.
- Tener un método de inspección de propiedad: Permite valorar la satisfacción del usuario con el servicio y tener un enfoque para una mejora progresiva.
- Efectuar lo que se ofrece: Es importante debido a que un elemento de peso que tiene precisamente ganar la confianza de los clientes para que queden satisfechos con el producto o servicio.
- Tener un área de servicio en la atención al usuario: Los recursos humanos son nuestros consumidores internos por ende su bienestar y complacencia también importa, el servicio al cliente exige conocimientos, habilidades y actitudes que todo trabajador debe tener.

Blanco, (2007). Indica que existen cuatro aspectos importantes para evaluar una adecuada atención al cliente, y estas son: la orientación al mercado, las necesidades de los clientes, las expectativas de los clientes y la satisfacción de los clientes.

2.2.2.1 Orientación al mercado.

Blanco (2007). La disposición hacia el mercado requiere que las empresas dispongan de fuentes validadas y confiables de datos sobre las personas que conforman el mercado y la conducta de la clientela. Todas las empresas que buscan la competitividad y eficacia de su medio empresarial deben enfocarse en las estrategias dirigidas a atender las voces de los clientes. (p.20)

Tschohl (2008). Manifiesta que diversas empresas tratan de aumentar la orientación de la clientela instituyendo programas que van a actuar en los componentes tangibles. Esta pauta de esfuerzo mejora los esfuerzos, debido a que la clientela decide ser atendida con cordialidad, con gran habilidad para resolver las demandas. (p.71)

Para enfocar las políticas y los métodos es permisible establecer una analogía sobre la empresa y la clientela a través de:

- Interrelacionar a los individuos y las técnicas con los consumidores.
- Concentrarse en la confianza.
- Prevención de las cualidades de complacencia.
- Salvaguardar el nivel de las relaciones que ya estén creadas.
- Brindar adecuada atención enfocada hacia la calidad en el servicio.

2.2.2.2 Necesidades de los clientes.

Las necesidades que se expresan en los mercados en carácter de demandas, es importante averiguar sobre los orígenes y los elementos para brindar a la clientela una adecuada atención, por ende, es significativo que el empleado que este atendiendo al público posea capacidad para reconocer las necesidades y ofertar un

determinado servicio y producto que logren satisfacer al cliente. (Blanco A. , 2007, pág. 20)

La estimulación es el cimientamiento de una conducta de consumo. El interés de las personas hacia un servicio o determinado producto debe ser motivado por el consumo y uso de estos. Las motivaciones son una fuerza psicológica que sirve e motor para que toda persona logre sus objetivos determinados, esta fuerza brota de las necesidades de las personas y las transformaciones de estos en deseos. (Blanco A. , 2007)

2.2.2.3 Expectativas de los clientes.

Blanco (2007), indica que todo cliente asiste a una entidad con unas perspectivas determinadas sobre el producto o servicio que desean obtener y el trato que desea recibir, es decir, realizan una proyección previa de todo aquello que llame su interés y que pueda hallar en el mercado a través de su dinero, el trabajador que atenderá debe saber y cubrir las expectativas del cliente y así brindar las respuestas de las mismas y no brindar un servicio pésimo desalentador. (p.20)

Consejos sobre cómo debe actuar sobre las expectativas del cliente

- No es provechoso bajar las expectativas de forma consecutiva y menos por disminuir los beneficios del servicio o producto.
- Es provechoso centrarnos y ayudar en las necesidades que tenga el cliente, donde podemos resolver las dudas y problemas que manifiestan.

- La involucración que tenga el cliente respecto al proceso de elaboración y del diseño de un producto, se reflejara en la percepción que perciba de las cualidades que tenga el producto.
- Hecha la venta se recomienda poder conservar las expectativas permanentes para que estas incrementen.
- Es beneficioso asesorar al consumidor sobre el producto y su uso, para lograr complacerlo y que este satisfecho.
- La información debe ser permanente para contribuir a conservar las expectativas y que estas sean razonables.
- A toda duda que llega del cliente, se le debe facilitar la intervención y el aporte que pueda realizar, sin importar el momento del proceso.

2.2.2.4 La Satisfacción de los clientes.

Si la atención que el cliente observa y recibe es pareja o supera sus expectativas de atención, se mostrara satisfecha por el servicio o compra ejecutada. Una comprensión respecto a las necesidades y perspectivas de los consumidores, sus prácticas pasadas y la atribución comercial auxiliara en brindar una atención al cliente para el logro de su satisfacción. Se comprobó empíricamente que la complacencia del cliente interviene en los designios de consumo futuro crecidamente que la misma calidad del servicio, (Cronin y Taylor, 1992) nombrado por (Blanco A. , 2007, págs. 21-25)

El cliente y su fidelización.

Domínguez (2014). Indica que la definición da una relación de “lealtad” hacia el producto adquirido, que constantemente sobresale en futuras disposiciones de

compra. Para alcanzar la relación afectuosa del cliente hacia el producto o servicio, corresponde crear la empresa vendedora y la confianza del cliente en el producto que adquiere, y permanencia través del tiempo de relación fructuosa. (p. 69)

Viciano (2011). Refiere que la fidelización de los clientes reside en conseguir que un cliente se vuelva en un cliente usual al producto, a una marca o un servicio. (p. 198). Para lograr esto recomienda algunas estrategias como: Ofrecer una encantadora atención al comensal, conservar el contacto con el cliente y ofertar un servicio o producto de calidad.

Blanco, Lobato, & Lobato, F. (2013). Indica diversas ventajas tanto en la empresa como en el cliente. (p. 198)

En la empresa:

- Acrecienta las ventas, los consumidores fieles de una empresa están instalados a obtener más de un producto produciendo la venta continua.
- Disminuye el arranque de marketing, y solicita menos energía (en diversos sentidos) mantiene la lealtad de un consumidor y quita el esfuerzo de ganar otro nuevo.
- Acrecienta la estabilidad de la compañía, ye permite formar proyectos a largo plazo, y mantiene la estabilidad de los empleados que extienden su productividad debido a que aumenta su productividad y los motiva.

- Reduce el estrés del cliente hacia precio del producto, a consecuencia que un cliente satisfecho puede llegar a pagar un buen precio por el producto.
- Acrecienta la credibilidad y reputación de la compañía, ya que los clientes satisfechos propagan su satisfacción creando propaganda.

En el cliente:

- Comprime el riesgo de comprar productos que se desconoce su calidad.
- Disminuye la energía de compra, se evita de buscar y comparar.
- Excluye los costeos económicos, que puedan crear conflictos de este tipo, y el tiempo de cambiar de distribuidor.
- Toda empresa al saber las ventajas de fidelización le permite acrecentar sus ventas por ende su producción, y para el comprador la fidelización le consiente recibir un servicio que sea personalizado y con calidad.

2.2.2.5 Los principios del servicio al cliente

La relevancia de la calidad al usuario es un secreto importante para el triunfo de una compañía o empresa que se apodera de prestaciones de negocios. Es relevante a su vez porque importa la calidad, la pasión, la entrega que se le hace, es realmente lo que ayuda a alcanzar el triunfo. Conlleva a tener que estar siempre motivado y generar una actitud importante de la calidad en el servicio al usuario y nuestro personal, para lograr un servicio de calidad con la altura y eficiencia de clase mundial. (Franco Navarro, 2016)

Los principios del servicio al cliente permite mejorar, ayudar, optimizar y garantizar el éxito de una empresa.

Basándose en el éxito de múltiples empresas Se elaboró una lista con 8 principios que va desde la anticipación de las necesidades al cliente hasta la segmentación de los clientes.

- Primero, el cliente siempre tiene la razón, nos permite procurar la solución para los problemas del usuario si el objetivo es ofrecerles una solución a sus inconvenientes.
- Segundo, Siempre da más de lo esperado pero no prometas lo que no puedes cumplir, el deber debe ser siempre en apuntar lo más alto y ser muy diligente. En debemos de conocer las expectativas y ofrecerles una atención de calidad y evitar hacer promesas que no se puedan cumplir.
- Tercero, Anticípate e Identifica las necesidades, es tratar de perfeccionar el servicio e identificar las posibles necesidades que puedan tener los clientes y asegurarnos de monitorear el nivel de satisfacción ofreciendo nuestro apoyo en forma continua mediante una comunicación periódica.
- Cuarto, Asegúrate de que el cliente entienda el servicio, el cliente debe entender el sistema en el que se trabaja y el que se ofrece, de manera que pueda Acceder al servicio.
- Quinto, Dale a tus empleados el valor que se merece, los trabajadores o empleados son en una forma el reflejo de nuestro organismo o institución. Por consiguiente se debe de brindar a nuestros empleados el valor que se merecen, para que ellos de esta manera puedan transmitir su satisfacción en la manera de trabajar y en el servicio que ofrecen a nuestros clientes.

- Sexto, Siempre escucha tanto los empleados como a tus clientes, esto permitirá que puedas conocer las expectativas y oportunidades de mejora tanto de los trabajadores como de nuestros clientes.
- Séptimo, Usa el servicio al cliente como arma estratégica, toda empresa debe Producir productos de alta tecnología, y debe ofrecer un servicio técnico especializado donde se gestionen las dudas sobre el producto, para desarrollar la confianza y conocer a fondo sus necesidades.
- Octavo, Entiende que hay diferentes perfiles de clientes. Asegúrate de conocer a cada uno o cada perfil del usuario. La segmentación del cliente es imprescindible para que puedas tratarlos como si fueran los únicos y así recibirán una mejor recepción de cada uno de ellos. En palabras simples se logra la mayor satisfacción y mayor fidelización de los compradores.

2.2.2.6 Evaluación del cliente hacia el servicio.

La deferencia y la gestión no son semejantes, los clientes dan una mirada de todas las circunstancias y responden a estas. Correspondería autoevaluarse y fijarse en los 5 mecanismos primordiales que permitirán conservar un dominio seguro en las operaciones de administración de los consumidores. (Sancho, 2018) Estos mecanismos son:

- Mecanismo tangible; tanto las agencias y los módulos de organizaciones, el preámbulo y la fuerza de compromiso, la materia de comunicación y la promoción de los productos.
- El Cumplimiento; encierra la apertura de la administración avala de modo oportuno, lo que la empresa brinda, admite el traspaso del producto hacia gestión.

- Disponibilidad; sirve para ayudar a los consumidores con el propósito que estos elijan su producto, brindándoles asesoramiento con el fin que se sientan satisfechos.
- Características del trabajador; los vendedores tienen el deber de garantizar que están proveídos en su labor y que son capaces para estimular a los consumidores.
- La empatía; los vendedores tienen que conocer al consumidor, entender sus exigencias y proteger una comunicación verdadera y cordial.

2.2.3 MYPE.

Según el (Texto Unico Ordenado, 2013) certificado mediante el D.S. N° 013-2013-PRODUCE, que fue publicado en fecha 28 de Diciembre del año 2013, las MYPE están percibidas en la Ley del impulso al desarrollo y del crecimiento empresarial.

2.2.3.1 La Nueva Ley de la MYPE N° 30056.

Esta nueva Ley, cataloga a las MYPE como elemento de medida que crean renta en el país, poseen a fin el objetivo de creación crear rentabilidad, y su finalidad es de continuar progresando en el mercado y ofrecer ocasiones laborales de la urbe.

Esta nueva Ley, define a las MYPE como un elemento que se puede medir a que crea rentabilidad no solo beneficiando al país, sino también a la sociedad. Por tanto, las MYPE poseen como objetivo de ser creadas el concebir rentabilidad, con el propósito de seguir progresando y poder conseguir las metas y objetivos propuestos, según el rubro por el cual fueron creados, de este modo se prestan el acceso para dar oportunidades de trabajo. (Texto Unico Ordenado, 2013)

Igualmente en la ley número 30056 del 2013, punto las MYPE deben basarse dentro de lo establecido es decir las tipologías de la nueva ley, la cual establece que las MYPE deben situarse en alguna de las subsiguientes clasificaciones que se encuentran dadas en ocupación de sus cargos y negocios anuales.

- Microempresa, venta anual con un valor no mayúsculo de 150 unidades de impuesto tributario.
- Pequeña empresa, venta anual por encima a 150 unidades de impuesto tributario, y monto no mayúsculo de 1700 unidades de impuesto tributario.
- Mediana empresa, venta anual desde 1700 unidades de impuesto tributario y monto máximo 2300 unidades de impuesto tributario.

El incremento en el valor enorme de la venta anual distinguido por la MYPE estará sentenciada por un decreto supremo rubricado por el Ministro de Economía y Finanzas la cual se da cada dos años y no será menos a la diferenciación porcentual acopiada del PBI nominal durante el concerniente tiempo.

Esta Ley y sus reformas consiente que las MYPE posean en cuenta las clasificaciones empresariales para que logren ajustarse como sus diligencias y ventas anuales, debido a que están creciendo pueden andar ajustándose en sus diversas condiciones aludidas. Propiamente en el estudio, las empresas permanecen en el rubro por más de 3 años y que se desenvuelven desde su creación, y han podido mantenerse en el mercado.

2.2.3.2 Importancia de las MYPE.

Al día de hoy la micro y pequeña empresa es muy importantes debido a que median con gran magnitud dentro de la escala del desarrollo mercantil del estado, es decir, simbolizan una gran parte de la Vital valor dentro de la organización fructífera del Perú.

Las micro y pequeñas empresas en el Perú son componentes muy importantes del motor de toda nuestra economía. A nivel nacional, las MYPE brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del producto bruto interno (PBI). sin duda alguna las MYPE abarca varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, en el mencionar contribución de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas, Contribuye de forma creciente en mejorar el índice de desempleo que sufre el país, y a la Contribución en las exportaciones e importaciones. (SUNAT, 2015)

Si bien es cierto, las MYPE son importantes para el país, porque crean ingresos y tributos para el estado, también empleos. Es por ello que las MYPE continúan creciendo en el mercado.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Servicio.

Son un conjunto de acciones de los cuales son ejecutados para brindar una determinada acción, con una variedad de labores las cuales están desarrolladas para brindar a un explícito grupo o persona una atención. Es decir el servicio es ejercido por personas que atienden a otras personas para lograr su satisfacción y fidelización. (Gregory, 2015)

2.3.2 Cliente.

El cliente es individuo natural o jurídico que consume un determinado producto o servicio para quedar satisfecho. Es decir es un consumidor perspicaz en el sentido de que aprecia escrupulosamente la relación de lo que recoge y lo que da a cambio. Debido a ello lo fundamental que una empresa estimule al consumidor en apreciar un producto o servicio y este le dé un valor agregado. (Calla Huanca, 2019)

2.3.3 Gestión de calidad.

Es un método para promover la competencia de las empresas, con el propósito de obtener ingresos, obtener el control y la satisfacción del consumidor. Es decir es la aplicación de metodologías de gestión que permiten optimizar el transcurso en la toma de decisiones para agrandar el desarrollo y crecimiento de negocio. (Juran , 2001)

2.3.4 Atención al cliente

Es el conjunto de acciones desarrolladas por una empresa con una disposición hacia el mercado, orientadas a resolver las necesidades de los clientes, alcanzando llenar sus perspectivas y así poder llegar a crear y aumentar la satisfacción que los clientes esperan recibir. (Blanco A. , 2007)

III. HIPÓTESIS

En este estudio no se trazó una hipótesis debido que es una investigación de tipo descriptiva, según lo manifestado do por Sampieri, quien indica que “solo se formulan hipótesis cuando se pronostica un hecho o un dato”. (Hernández Sampieri, Fernández, & Batista, 2014, pág. 102)

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

En este estudio se usó el diseño No experimental de corte transversal.

El autor Ávila (2013). Refiere que en la investigación no experimental, es imposible manipular la variable, y que el investigador no posee control de la variable porque son intrínsecamente manipulables, y solo se observan tal como se dan en su contexto natural. (p.89)

Fue de corte Transversal, porque la recolección de datos se realizó en un periodo determinado; y Hernández et al. (2014). Manifiestan que se da en un sólo momento y tiempo único; donde tuvo un principio y un final. Cuyo designio fue describir la variable y examinar su incidencia en una circunstancia dada. (p. 154)

La investigación fue de tipo descriptivo, porque se realizó la descripción tal cual como se encontró en su contexto, acorde a la realidad y sin hacer transformaciones dentro de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019. Y Hernández et al. (2014). Menciona que el tipo descriptivo busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, es decir describe las predisposiciones. (p.92)

La investigación fue de nivel cuantitativo, porque el autor Hernández et al. (2014). Indica que en la investigación Cuantitativa los estudios que usan este enfoque conceden y aplican el conteo, el cálculo numérico, y el uso de estadística para implantar indicadores puntuales. (p. 4)

4.2 Población y muestra

4.2.1 Población.

La población, es el conjunto general de personas, de objetos o medidas que se orientan de ciertas cualidades que consienten identificar aspectos en un momento dado o determinado. Cuando se efectúa una investigación deben de tenerse en cuenta las determinadas características al elegir la población de estudio. (Tamayo y Tamayo, 2013)

Este es un estudio se ejecutó con una población de 05 MYPE del sector servicio, rubro pollerías del Distrito de Huancané. Se determinó de esta manera porque que sus representantes proveyeron la indagación que se necesitaba.

4.2.2 Muestra.

Se usó el muestreo no probabilístico, y Hernández et al. (2014). Manifiesta que la elección de los elementos no está en manos de la probabilidad, sino de una o varias causas relacionadas con las características que dependen del modo de la toma de decisiones y según conveniencia del investigador. (p.176)

La muestra tomada fue de las 05 MYPE del sector Servicio, rubro pollerías del Distrito de Huancané.

4.3 Definición y operacionalización de variables

4.3.1 Variable 1: Gestión de Calidad.

Precisa que la gestión de calidad es “descifrar las necesidades próximas de los clientes en características que se pueda medir. El ciclo permite mejorar la labor en equipo. (Deming, 1990)

4.3.2 Variable 2: Atención al Cliente.

Es el conjunto de acciones desarrolladas por una empresa con enfoque hacia el mercado, orientadas a resolver las necesidades de los clientes, alcanzando llenar sus perspectivas y llegando a aumentar la satisfacción de los clientes. (Blanco A. , 2007)

4.3.3 Validez y Confiabilidad.

Según los datos tomados por juicio de expertos se procesaron los datos lo cual dieron los siguientes resultados:

Resumen de procesamiento de casos

	N°	%
Caso valido	3	100,0
Excluido	0	,0
Total	3	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de cronbach	N° de elementos
,933	23

Para la Validez y confiabilidad del instrumento se aplicó el alfa de CRONBACH teniendo los siguientes resultados del 100% de preguntas realizadas queda 0.00 Excluidos lo cual es válidos y fiable el instrumento del cuestionario que se utilizó.

Fuente;

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_YZAGUIRRE_VENTURA_ELIZABETH_YSELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

4.3.4 Cuadro de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Ítems	Escala de Likert
Gestión de calidad	La gestión de calidad es “descifrar las necesidades próximas de los clientes en características que se pueda medir. El ciclo permite mejorar la labor en equipo. (Deming, 1990)	Planificar	Conocimiento sobre gestión de calidad.	Nominal
			Dificultades de implementación de gestión de calidad.	
		Realizar	Técnicas modernas de la gestión de calidad	
			Técnicas para medir el rendimiento del personal.	
			Planificación de actividades.	
		Controlar	Rendimiento del negocio.	
			Objetivos y metas de la organización.	
		Actuar	Aplicación de la gestión de calidad	
Atención del cliente	Es el conjunto de acciones desarrolladas por una empresa con enfoque hacia el mercado, orientadas a resolver las necesidades de los clientes, alcanzando llenar sus perspectivas y llegando a aumentar la satisfacción de los clientes. (Blanco A. , 2007)	Orientación al mercado	Conocimiento sobre de la atención al cliente.	Nominal
			La atención y su influencia con el retorno.	
		Necesidades de los clientes.	Tipo de atención a los clientes	
			Causas de una mala atención al cliente.	
		Expectativas de los clientes.	Técnicas modernas de atención al cliente.	
		Satisfacción de los clientes.	Eficiencia al atender y solucionar reclamos.	
			Posicionamiento de la empresa en el mercado.	

Fuente: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_YZAGUIRRE_VENTURA_ELIZABETH_YSELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

4.4 Técnica e instrumento de recolección de datos

4.4.1 Técnica.

La técnica empleada en el estudio fue la encuesta.

Las encuestas se aplican a un número de individuos usando el cuestionario estructurado, está creado para conseguir una información determinada, y tratar de que sea respondida con la mayor claridad, para resolver lo que se necesita. (Malhotra, 2004)

4.4.2 Instrumento.

Se utilizó como instrumento el cuestionario.

El cuestionario reside en un conglomerado de interrogantes, que frecuentemente son variados, acomodados sistemáticamente, respecto a acontecimientos y aspectos que conciernen en un estudio. (Hurtado, 2000). Esta fue brindada a los representantes de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías, distrito de Huancané año 2019. El cual está constituida de 23 preguntas repartidas en: 04 preguntas dirigidas a los representantes, 04 preguntas referentes a las MYPE, 08 preguntas referentes a la gestión de calidad, y 07 preguntas referentes a la atención al cliente.

4.5 Plan de análisis de datos

En el presente estudio se utilizó el análisis de datos estadístico descriptivo de las variables estudiadas, y para el procesamiento de las tablas de repartición de las

frecuencias absolutas y de las relativas, y de las figuras estadísticas. Se usaron los siguientes programas:

El programa de Microsoft Word: Mediante este medio se realizó la organización y expresión digital del estudio, la producción de la encuesta mediante sus aplicativos, Asimismo me permitió revisar los avances y mejoras.

Microsoft Excel: Mediante este programa se elaboró las tabulaciones de tablas, esquema de figuras, entrando los datos conseguidos de la encuesta.

Acrobat Reader: Admitió convertir la escritura digital de Microsoft Word en PDF y también poder bajar archivos digitales de las bibliotecas Virtuales.

4.6 Matriz de consistencia

Título: Gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPE del sector servicio rubro pollerías distrito de Huancané año 2019					
Problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología de la investigación	Técnica e instrumentos
¿Cuáles serán las principales características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019?	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar las principales características de las MYPE y sus representantes del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019.</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019.</p> <p>Determinar las principales características de la atención al cliente del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019.</p>	<p>Variable 1</p> <p>Gestión de calidad</p> <p>Variable 2</p> <p>Atención al cliente</p>	<p>Población</p> <p>Se realizó con una población de 05 MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané.</p> <p>Muestra</p> <p>Está conformada por una muestra de 05 MYPE del sector servicio, rubro pollerías, por muestreo no probabilístico.</p>	<p>Tipo</p> <p>Descriptivo, porque se describen las principales características de las variables de gestión de calidad y la atención al cliente. Hernández et al. (2014. p.92)</p> <p>Nivel</p> <p>Cuantitativo, porque se aplicó el conteo, el cálculo numérico, y el uso de estadística. Hernández et al. (2014, p. 4)</p> <p>Diseño</p> <p>No experimental, porque se realizó sin manipular las variables gestión de calidad y atención del cliente, acorde a la realidad y sin sufrir transformaciones dentro de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané. (Avila Baray, 2013)</p> <p>Transversal, debido a que se realizó en el 2019, en un tiempo determinado, donde existió un comienzo y un final. Hernández et al. (2014, p. 154)</p>	<p>Técnica</p> <p>La encuesta.</p> <p>Instrumentos</p> <p>Cuestionario.</p>

Fuente: Elaboración propia.

4.7 Principios éticos

El presente trabajo estuvo regido por principios del Código de Ética para la investigación. (Universidad Los Ángeles de Chimbote- Código de Ética para la Investigación, 2019)

El principio de protección a las personas: En este estudio la persona es el fin y no el medio, por ello se necesitó cierto grado de protección, el cual se determinó de acuerdo al riesgo y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

El principio del cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: durante la investigación, se respetó a los animales y también el cuidado al medio ambiente, incluso a la vegetación, por encima del bien científico; para ello, se tomaron medidas para impedir perjuicios y la planificación de acciones para reducir los efectos adversos y extender beneficios.

El principio de libre participación y derecho de estar informado: los individuos que realizan acciones de investigación poseen el derecho de ser avisados sobre las intenciones y la finalidad de la investigación desarrollada, y en la que participaran; también tienen la independencia de participar en ella, por libre voluntad. En todas las investigaciones se deben contar con la expresión de voluntad libre, inequívoca, informada y específica; a través del cual los sujetos estudiados, dan su consentimiento en la utilización de la información para el fin específico y establecido del propósito.

El principio de beneficencia y no maleficencia: Se resguardo el bienestar de las personas que participaron en la investigación. En ese sentido, se sigue una conducta basada en las reglas de no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

El principio de justicia: Se ejerció un juicio razonable, ponderable y se tomó las precauciones necesarias para asegurar la orientación, las limitaciones de capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. La equidad y la justicia se concedieron a todas las personas que participaron en esta investigación y tendrán derecho a acceder a sus resultados.

El principio de la integridad científica: La integridad o rectitud rigieron esta investigación. La integridad resulto especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de la administración, se evaluaron los riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participaron en esta investigación. Y se mantuvo la integridad científica.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

5.1.1 Objetivo específico 1.

Tabla 1

Edad del representante legal de la empresa.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
18 - 30 años	1	20%
31 - 50 años	3	60%
51 años a más	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

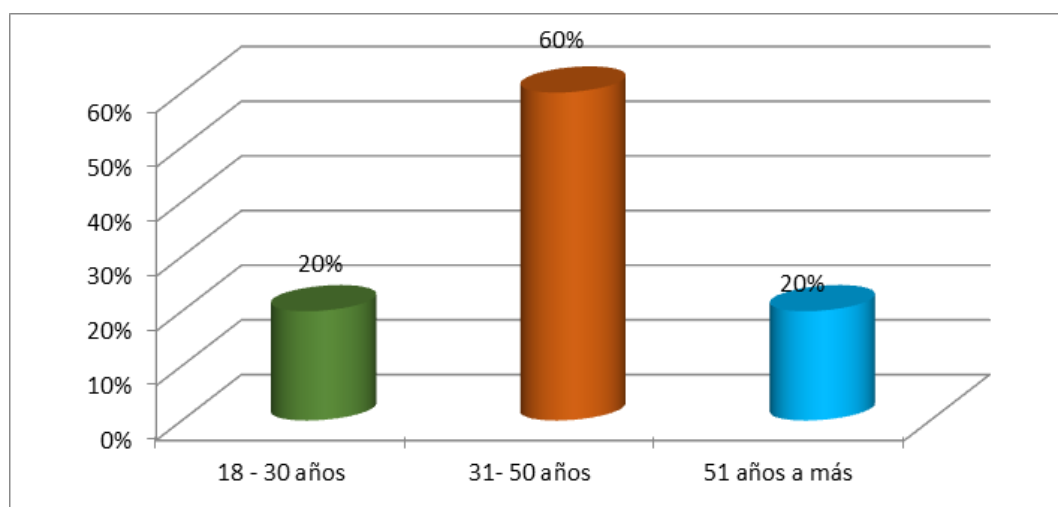


Figura 1. Gráfico de barras de la Edad del representante legal de la empresa.

Fuente: Elaborado según tabla 1

Interpretación: Como se puede apreciar en la tabla y figura 1 la mayoría de los representantes legales de las MYPE en estudio, poseen entre 31 a 50 años de edad, representando el 60%; a diferencia de los que poseen entre 18 a 30 años que hacen un 20%, y el otro 20% tiene más de 51 años. Esto demuestra que las MYPE están siendo administradas por personas adultas.

Tabla 2

Género de los representantes de las MYPE.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	1	20%
Femenino	4	80%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

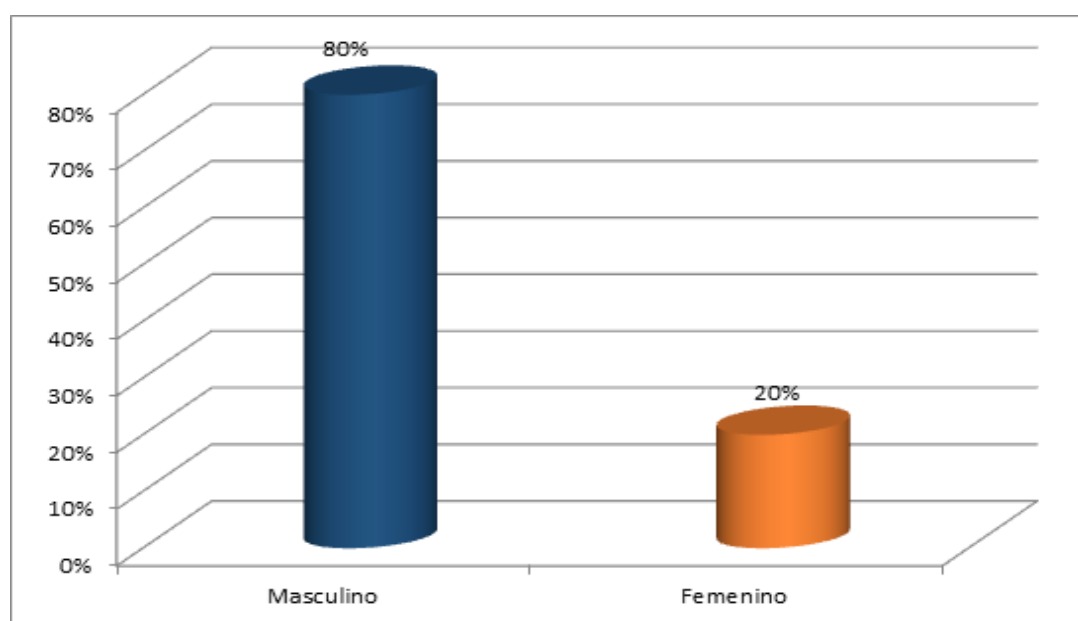


Figura 2. Gráfico de barras del género de los representantes de las MYPE.

Fuente: Elaborado según tabla 2

Interpretación: La tabla y figura 2, muestran que la mayoría de los representantes de las MYPE en estudio, son del género femenino, siendo representado por un 80% y una minoría son del género masculino expresado en un 20%. Demostrando que las mujeres vienen incursionando con notoriedad en rubro de las pollerías del Distrito de Huancané.

Tabla 3

Grado de instrucción de los representantes de las MYPE.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Sin Instrucción	0	0%
Primaria	0	0%
Secundaria	1	20%
Superior No Universitaria	3	60%
Superior Universitaria	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

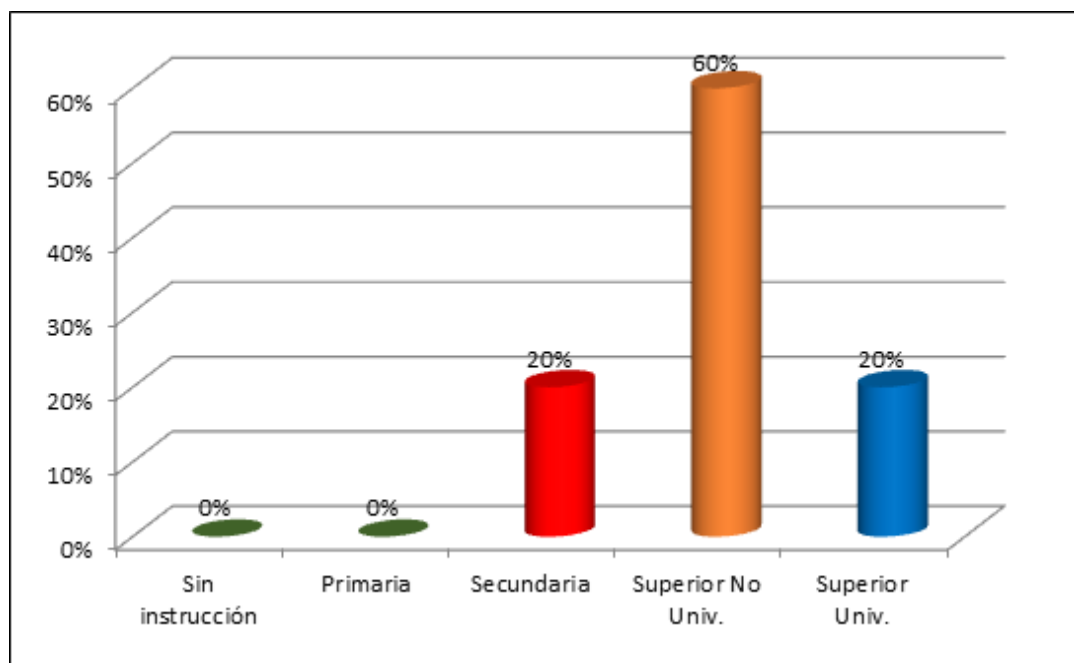


Figura 3. Gráfico de barras del grado de instrucción de los representantes de las MYPE

Fuente: Elaborado según tabla 3

Interpretación: Los resultados de la tabla y figura 3, revelan que un 20% de los representantes de las MYPE poseen estudios de nivel secundario, el otro 20% tiene estudio superior universitario y un 60% tienen estudios superior no universitario. Demostrando que la mayoría tienen estudios superiores.

Tabla 4

Cargo de los representantes de las MYPE.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Dueño	5	100%
Administrador	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

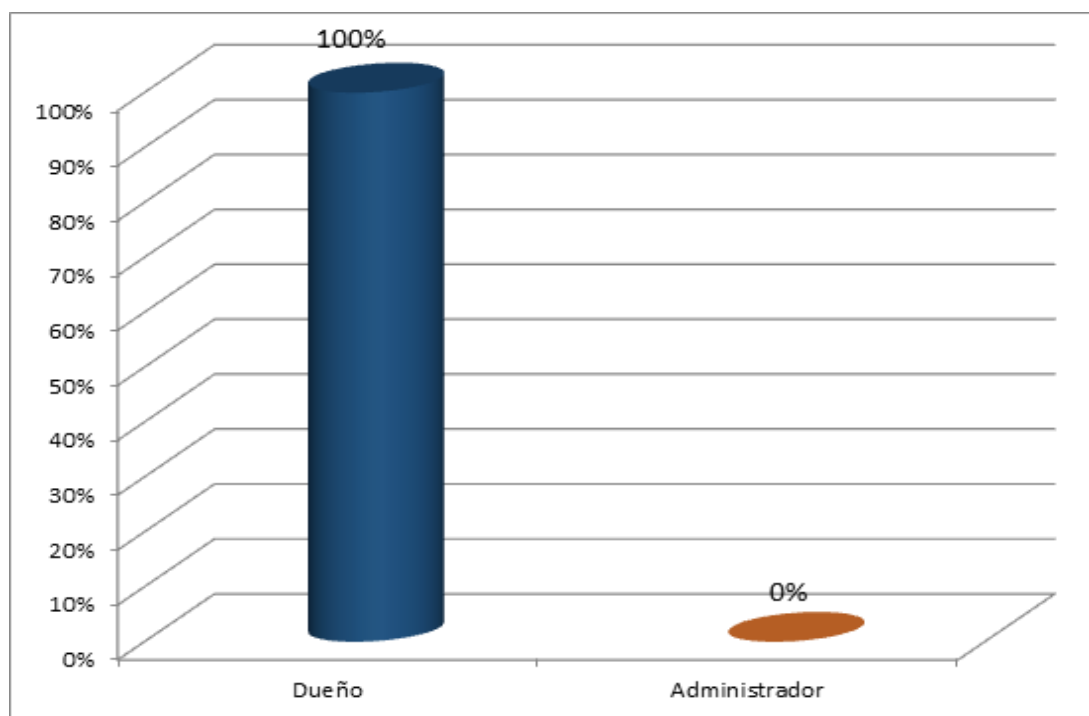


Figura 4. Gráfico de barras del cargo de los representantes de las MYPE

Fuente: Elaborado según tabla 4

Interpretación: La representación de la tabla y figura 4 muestra que el 100% de los representantes de las MYPE son los dueños de sus negocios. Esto permite exponer que los propietarios son quienes dirigen sus propias acciones y decisiones.

Tabla 5

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
0 - 3 Años	3	60%
4 - 6 Años	0	0%
7 Años A Más	2	40%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

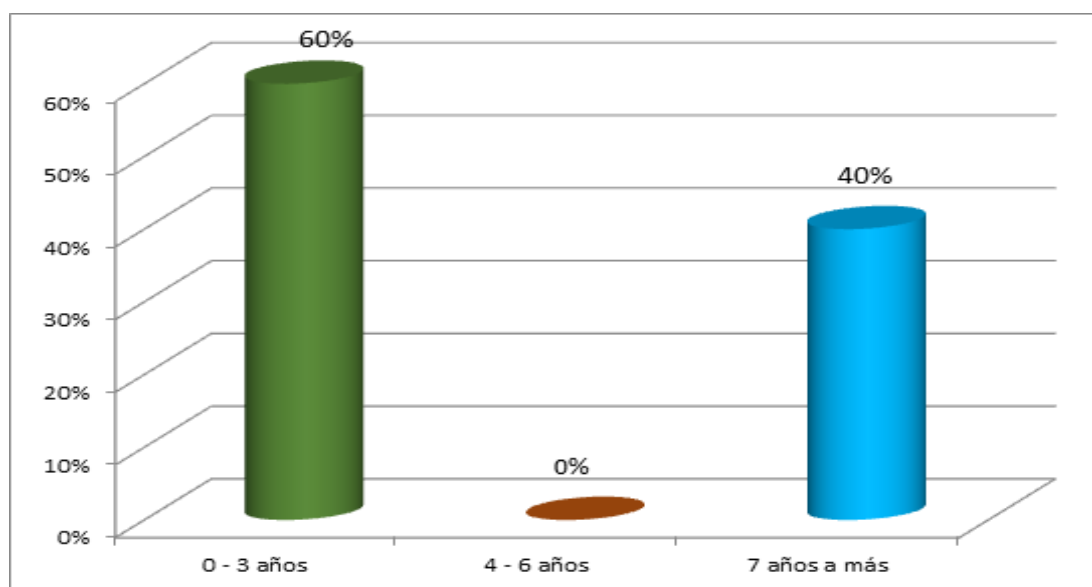


Figura 5. Gráfico de barras del tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.

Fuente: Elaborado según tabla 5

Interpretación: Se visualiza en la tabla y figura 5, la mayoría de los representantes de las MYPE tiene entre 0 a 3 años de tiempo de permanencia en el rubro, representando un 60% y la minoría tiene un tiempo de permanencia de más de 7 años, representando el 40%. Ello expone que existe un crecimiento de MYPE de pollerías en el distrito de Huancané.

Tabla 6

Número de empleados.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
1 – 3	1	20%
4 – 5	3	60%
Más De 6	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

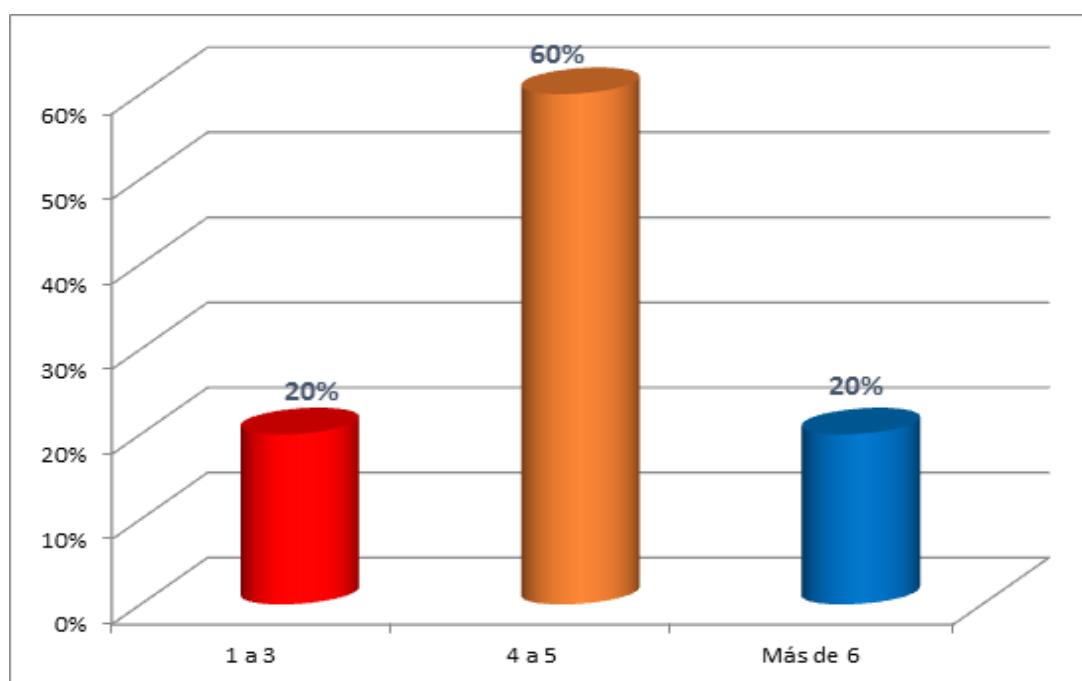


Figura 6. Gráfico de barras del número de empleados.

Fuente: Elaborado según tabla 6

Interpretación: Se puede apreciar en la tabla y figura 6, las MYPE poseen entre 4 a 5 trabajadores, representando un 60% y otras poseen entre 1 a 3 trabajadores, representando el 20% y el resto poseen más de 6 trabajadores, representando el otro 20%.

Tabla 7

Personas que trabajan en la empresa.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Familiares	0	0%
Personas No Familiares	0	0%
Familiares y no familiares	5	100%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

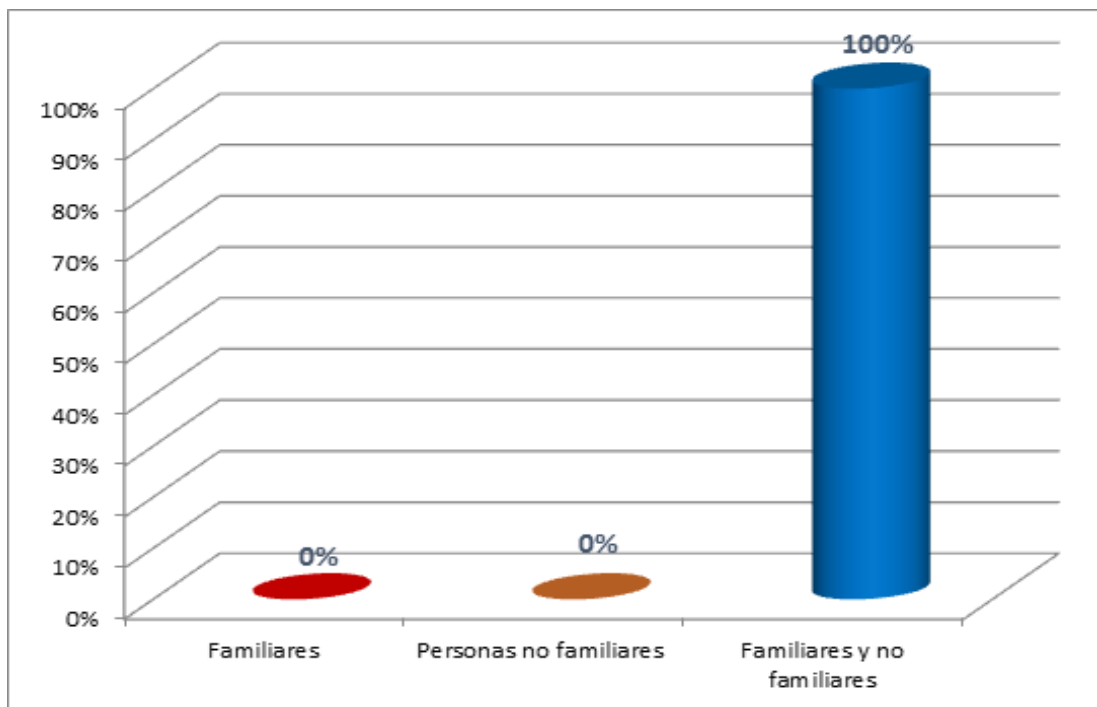


Figura 7. Gráfico de barras de las personas que trabajan en la empresa.

Fuente: Elaborado según tabla 7

Interpretación: Como se puede evaluar en la tabla y figura 7, los individuos que laboran en las MYPE en su totalidad son personas familiares y también no familiares, representando el 100%. Esto les permite distribuirlos en diferentes áreas.

Tabla 8

Objetivo de creación.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Generar Renta	5	100%
Subsistencia	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

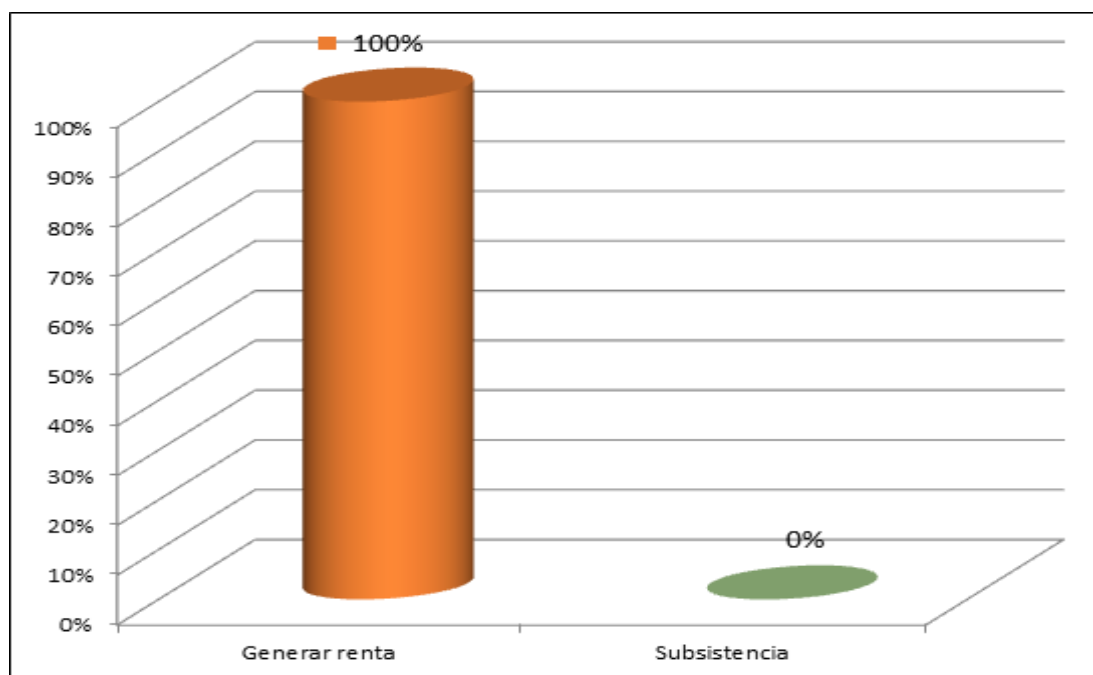


Figura 8. Gráfico de barras del objetivo de creación.

Fuente: Elaborado según tabla 8

Interpretación: Se puede observar en la tabla y figura 8, en su totalidad de las MYPE, se formaron para producir ingresos rentables y mismo prosperar en el mercado competitivo.

5.1.2 Objetivo específico 2.

Tabla 9

Sabe qué es gestión de calidad

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

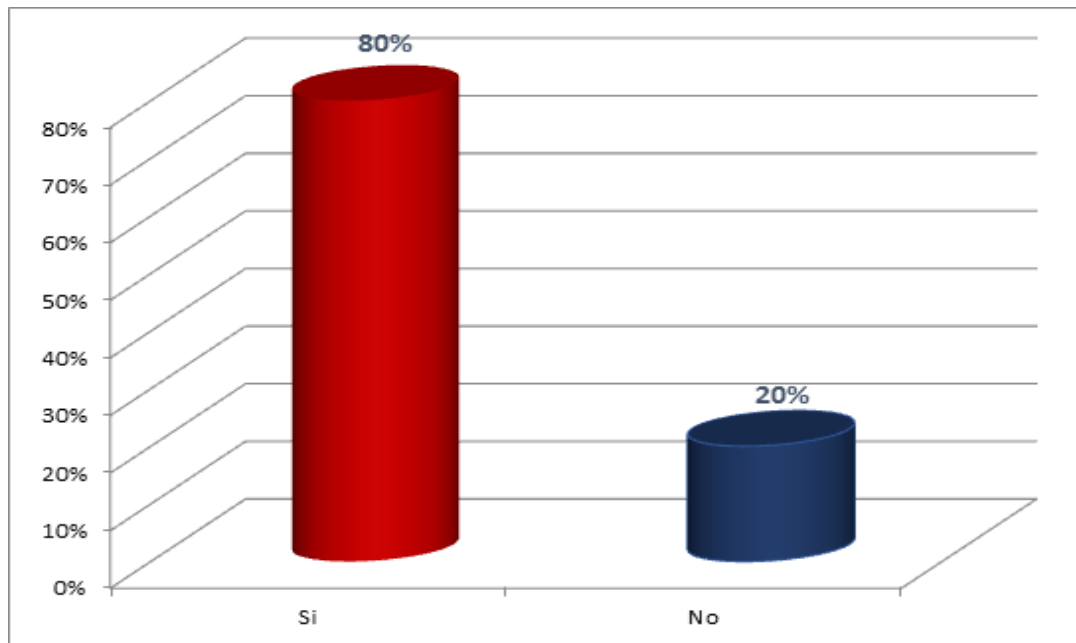


Figura 9. Gráfico de barras de si sabe qué es gestión de calidad.

Fuente: Elaborado según tabla 9

Interpretación: Como se puede apreciar en la tabla y figura 9, la mayoría los representantes de las MYPE saben el termino gestión de calidad, representando el 80% y la minoría representada en un 20% desconocen el término. El cual a la mayoría le ayuda a mejorar el proceso en la calidad de atención.

Tabla 10

Que dificultades tiene para la implementación de Gestión de Calidad.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Poca Iniciativa	1	20%
Aprendizaje lento	4	80%
No se adapta a los cambios	0	0%
Desconocimiento del puesto	0	0%
Otros	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

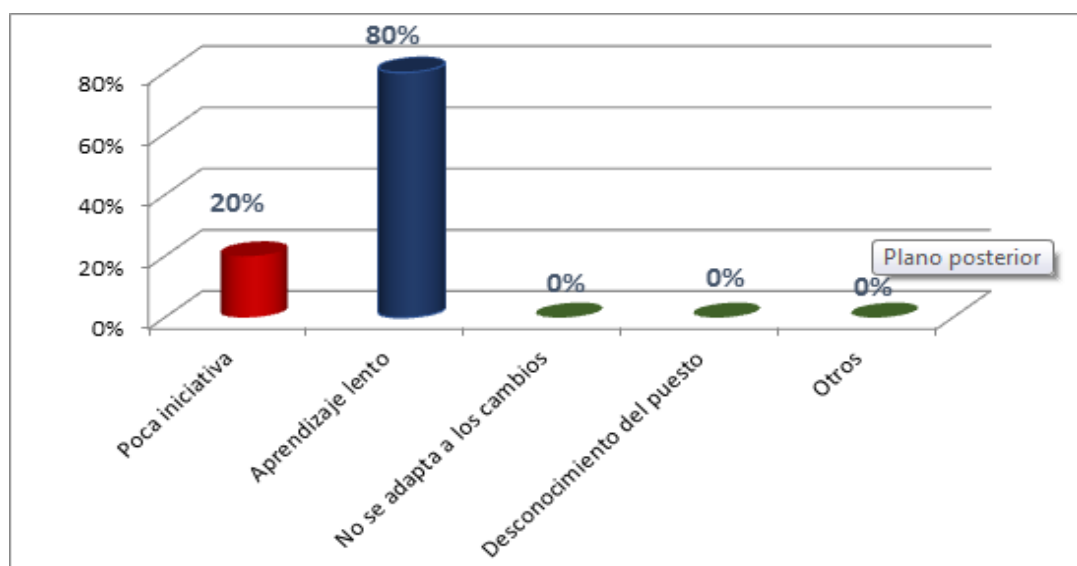


Figura 10. Gráfico de barras de que dificultades tiene para la implementación de Gestión de Calidad.

Fuente: Elaborado según tabla 10

Interpretación: Se puede valorar en la tabla y figura 10, la mayoría de las MYPE tienen dificultades para la implementación de gestión de calidad por Aprendizaje lento, representando el 80%; y el resto un 20% por poca iniciativa. Y esto ocasiona problemas para que sus MYPE prosperen y sean competitivos en el mercado.

Tabla 11

Qué técnicas modernas de la gestión de calidad utiliza.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Benchmarking	0	0%
Empowerment	0	0%
Las 5 S	0	0%
Atención al cliente	4	80%
Otros	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

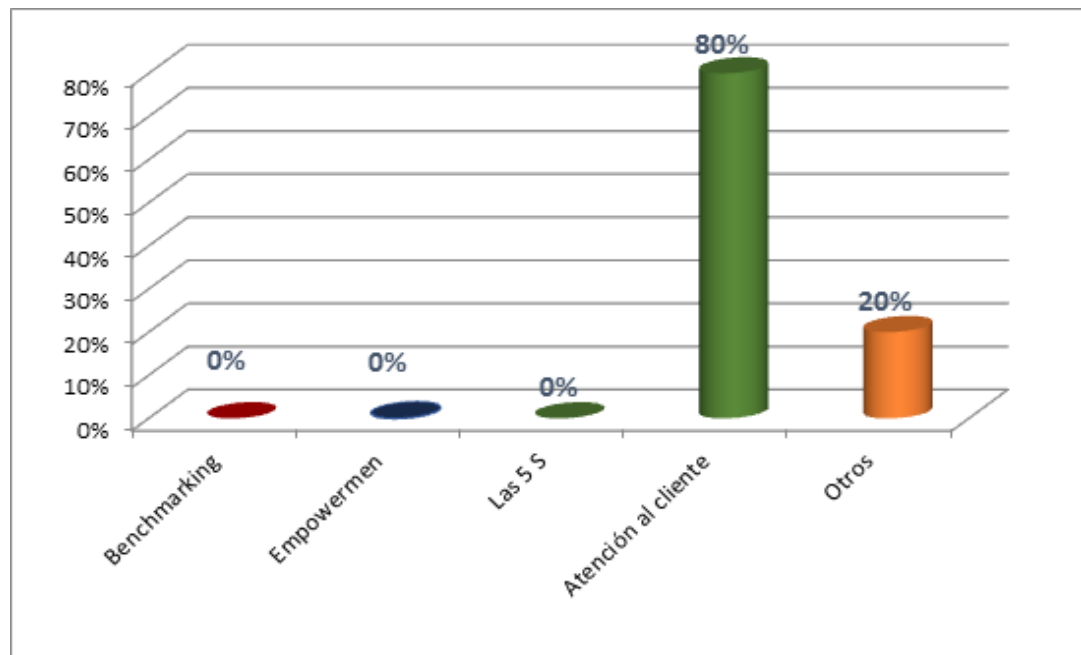


Figura 11. Gráfico de barras de qué técnicas modernas de la gestión de calidad que utiliza

Fuente: Elaborado según tabla 11

Interpretación: La tabla y figura 11, nos permite visualizar que la mayoría de los representantes usa la atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad, constituyendo un 80%; y el 20% usan otros métodos.

Tabla 12

Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
La Observación	3	60%
La Evaluación	1	20%
Escala De Puntuaciones	1	20%
Evaluación De 360°	0	0%
Otros	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

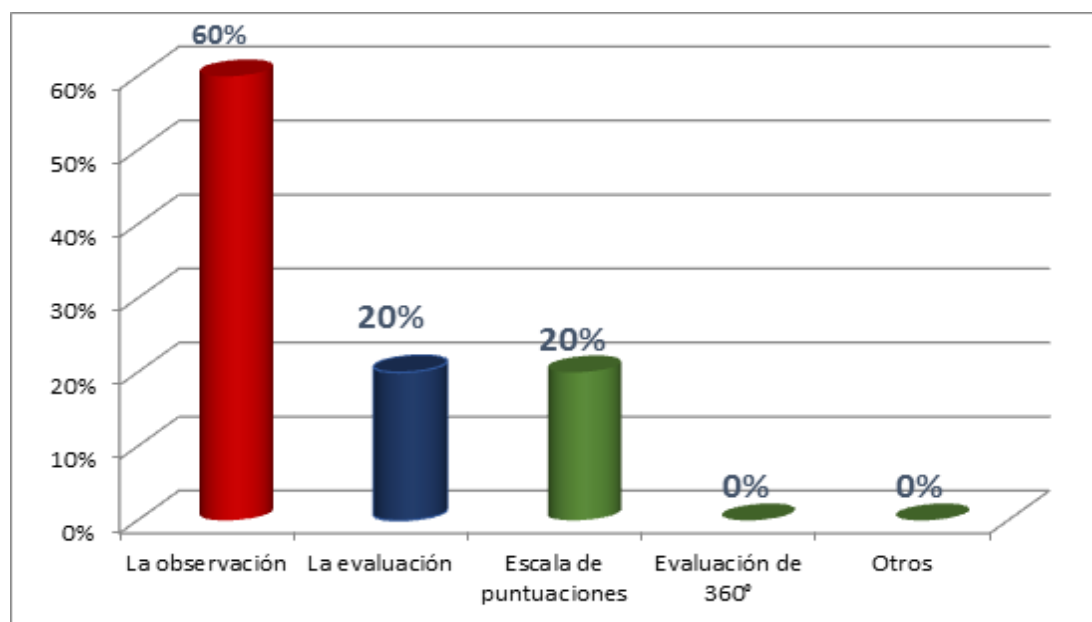


Figura 12. Gráfico de barras de qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.

Fuente: Elaborado según tabla 12

Interpretación: Se observa en la tabla y figura 12, que la mayoría de los representantes de las MYPE conoce la técnica de la observación, representando el 60%, un 20% conoce la técnica de la evaluación, y el 20% conoce la técnica de la escala de puntuaciones. Con estos resultados podemos afirmar que mediante esta evaluación ven el desempeño de su personal.

Tabla 13

Planifica sus actividades para que el servicio que brinda sea lo solicitado por el cliente.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

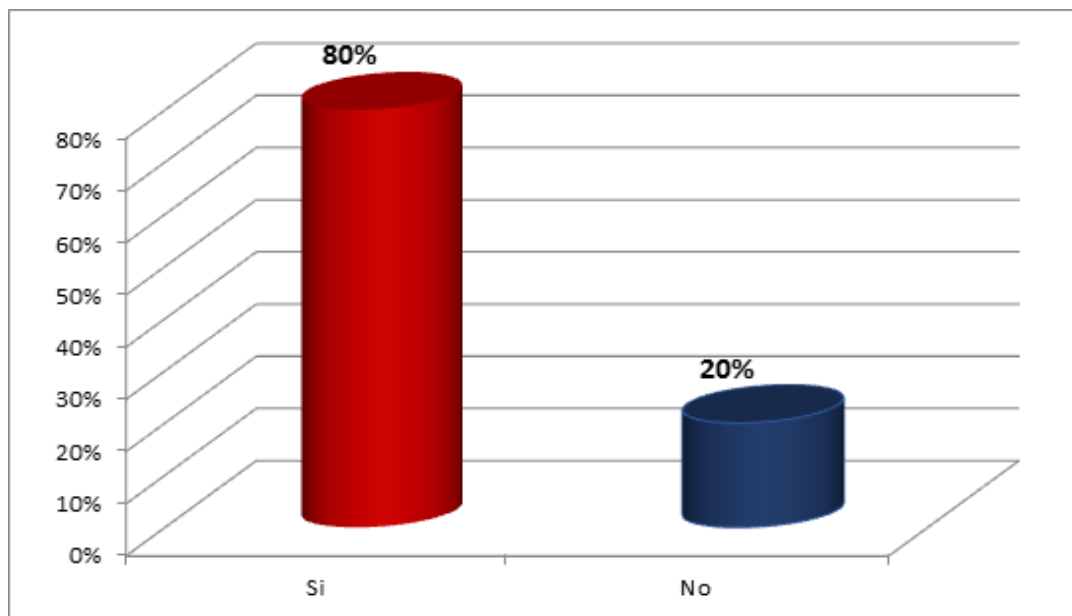


Figura 13. Gráfico de barras de si planifica actividades para que el servicio que brinda sea acorde a lo solicitado por el cliente.

Fuente: Elaborado según tabla 13

Interpretación: Como se puede valorar en la tabla y figura 13, la mayoría de representantes de las MYPE si planifica sus actividades para que el servicio que brinda sea acorde a lo solicitado por el cliente, representando el 80%, mientras que la minoría no planifica actividades para que el servicio que brinda sea acorde a lo solicitado por el cliente, representando en un 20%.

Tabla 14

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

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

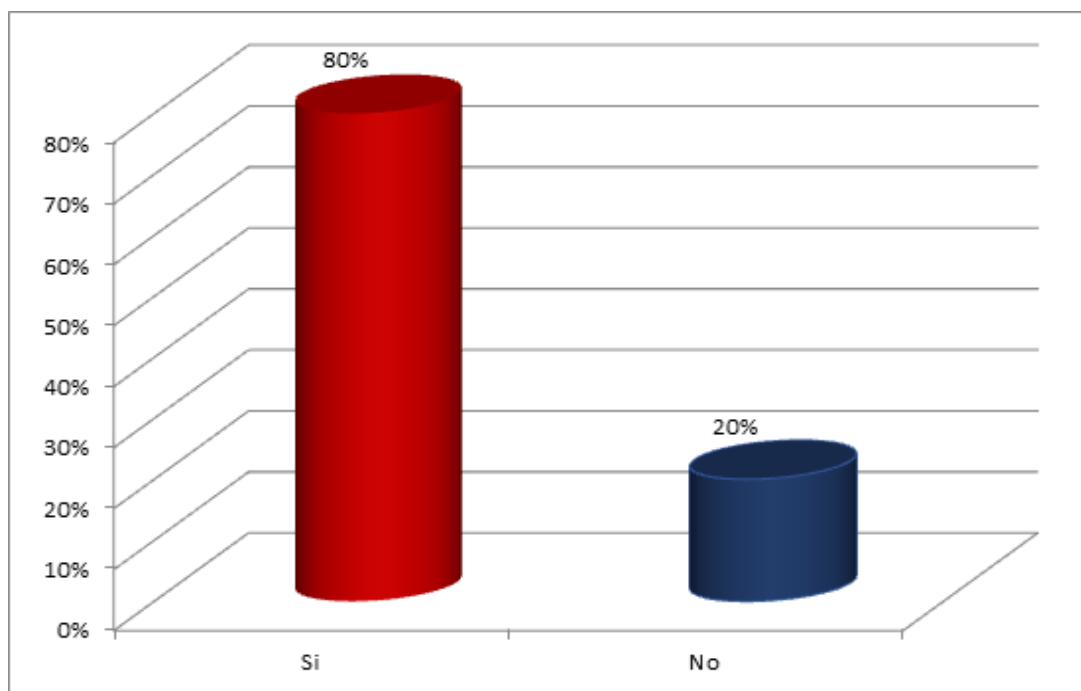


Figura 14. Gráfico de barras de la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

Fuente: Elaborado según tabla 14

Interpretación: Se refleja en la tabla y figura 14, la mayoría de representantes de las MYPE cree que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios representando el 80%, mientras que la minoría no cree que la gestión de calidad contribuya a mejorar el rendimiento del negocio, representada en un 20%.

Tabla 15

La gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos y metas trazados por la organización.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

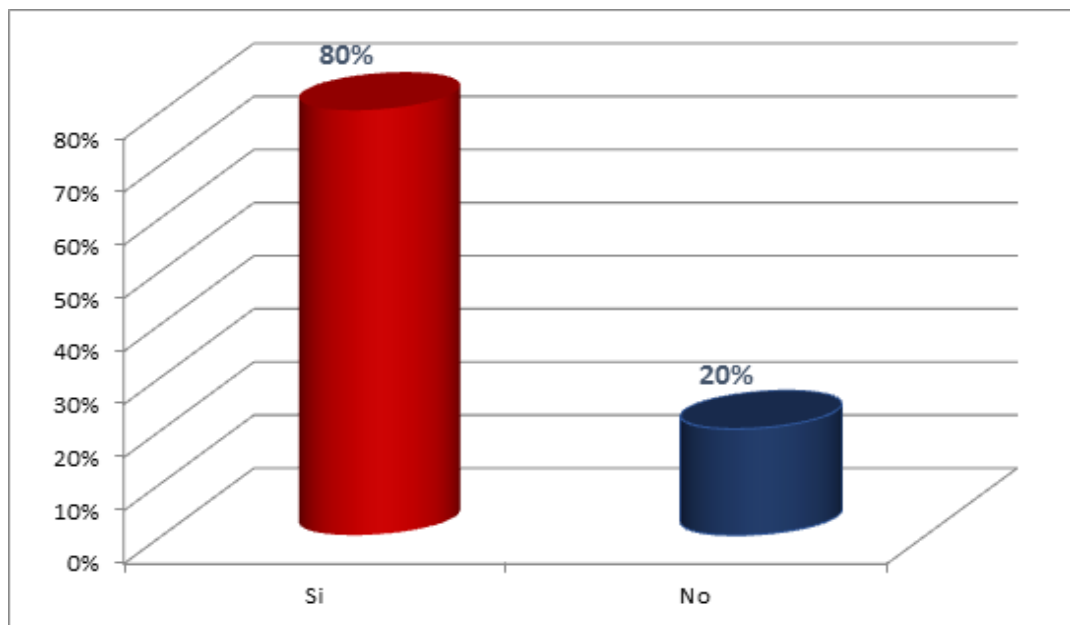


Figura 15. Gráfico de barras de la gestión de calidad le permite lograr sus objetivos y metas trazados por la organización.

Fuente: Elaborado según tabla 15

INTERPRETACIÓN: Se aprecia en la tabla y figura 15, la mayoría de los representantes de las MYPE considera que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos, representando un 80% y solo el 20% no cree que la gestión de calidad ayude a alcanzar los objetivos.

Tabla 16

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

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

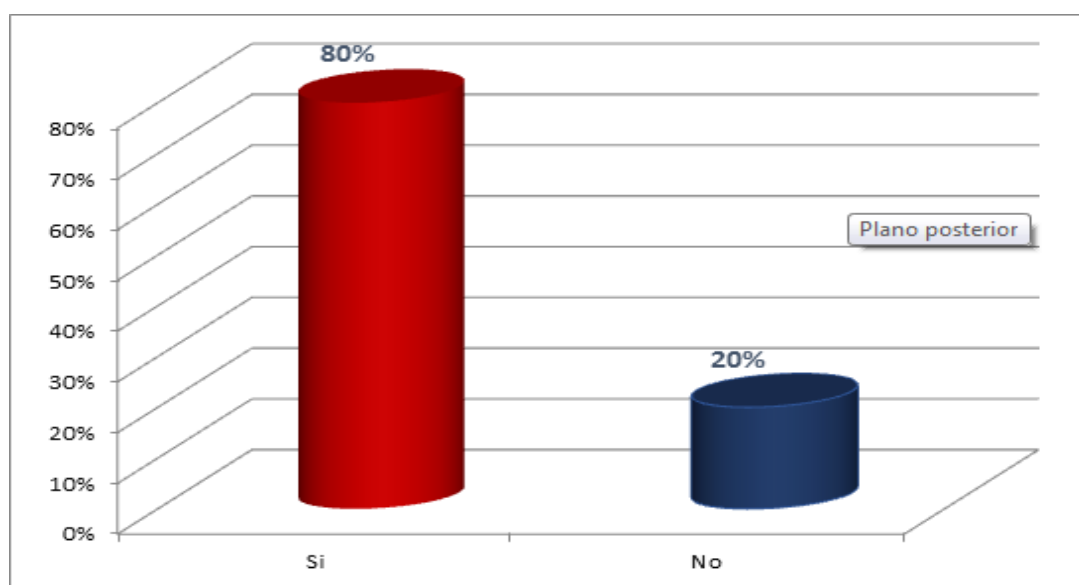


Figura 16. Gráfico de barras de si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

Fuente: Elaborado según tabla 16

INTERPRETACIÓN: Se visualiza en la tabla y figura 16, que la mayoría de los representantes de las MYPE aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, representando un 80% y una minoría no lo aplica, representando un 20%. Reflejando que la gestión de calidad les ha permitido la fidelización y el aumento de clientes.

5.1.3 Objetivo específico 3.

Tabla 17

Sabe qué es la atención al cliente.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

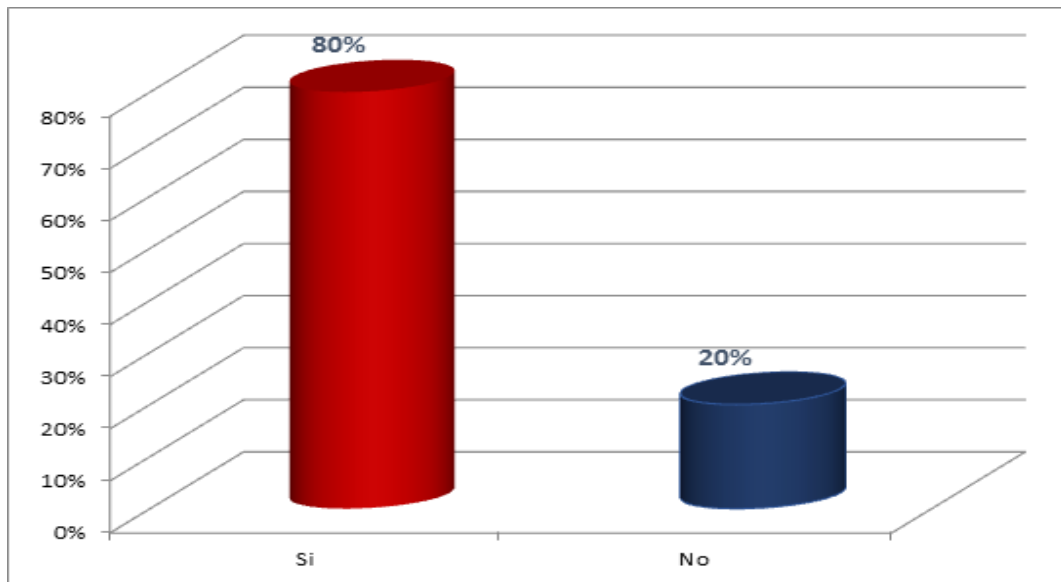


Figura 17. Gráfico de barras si sabe qué es la atención al cliente.

Fuente: Elaborado según tabla 17

INTERPRETACIÓN: Se observa en la tabla y figura 17, la mayoría de los representantes de las MYPE si conoce el término de atención al cliente, representando el 80% y una minoría lo desconoce, representando el 20%. Permitiendo ofrecer la mejor atención y cumplir con los intereses de sus cliente.

Tabla 18

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

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

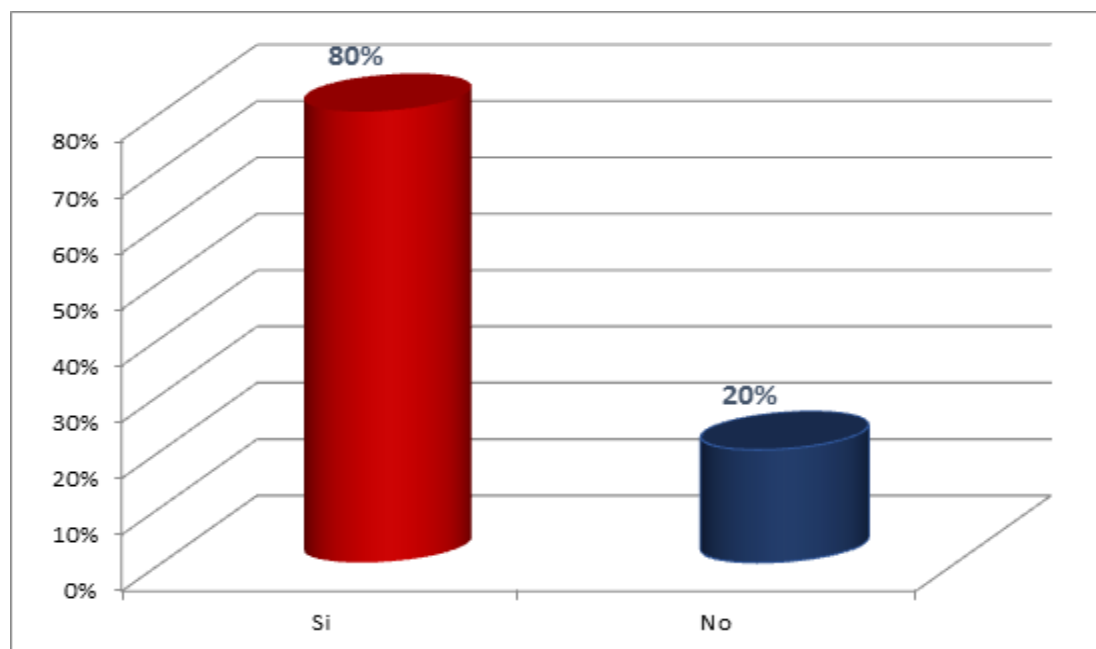


Figura 18. Gráfico de barras de cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento.

Fuente: Elaborado según tabla 18

INTERPRETACIÓN: La tabla y figura 18 expresa que una minoría no cree que la atención es fundamental, representando un 20% y contrariamente la mayoría de los representantes de las MYPE si cree que la atención al cliente fundamental para que este regrese al establecimiento, representando un 80%.

Tabla 19

La atención que brinda a los clientes es.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Buena	3	60%
Regular	2	40%
Mala	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

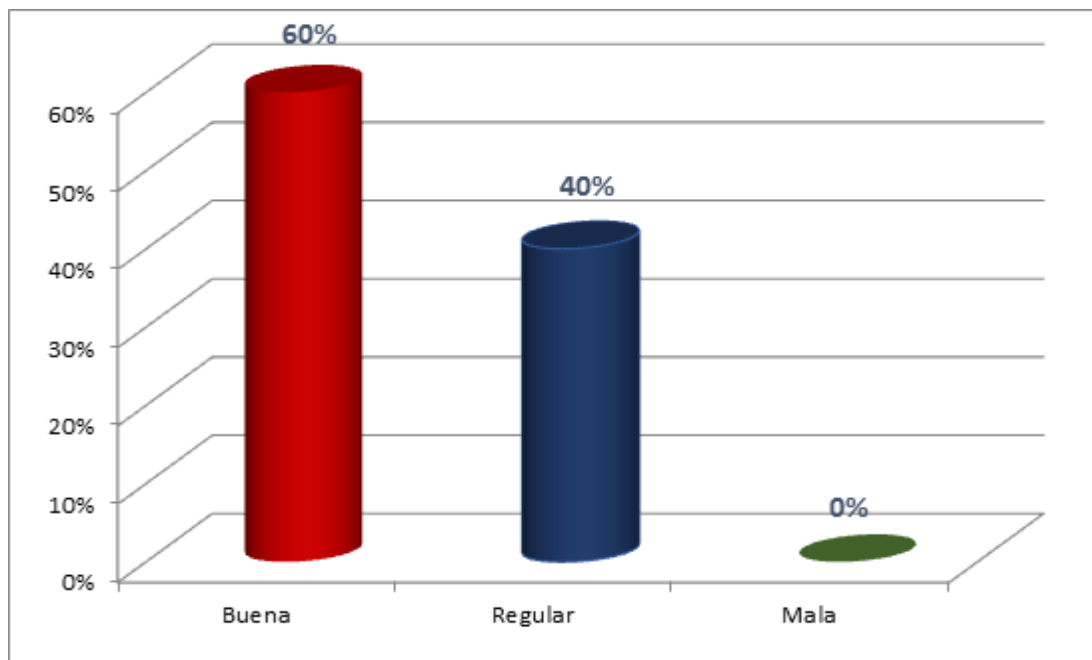


Figura 19. Gráfico de barras la atención que brinda a los clientes es.

Fuente: Elaborado según tabla 19

INTERPRETACIÓN: Se puede apreciar en la tabla y figura 19, la mayoría de los representantes de las MYPE cree que la atención al cliente es buena, representando un 60% y una minoría cree que la atención al usuario es regular, representando el 40%. Esto refleja que una buena atención incrementa la concurrencia y las ventas.

Tabla 20

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

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No Tiene Suficiente Personal	1	20%
Por una mala organización de los trabajadores	1	20%
Si Brindan Una Buena Atención al usuario	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

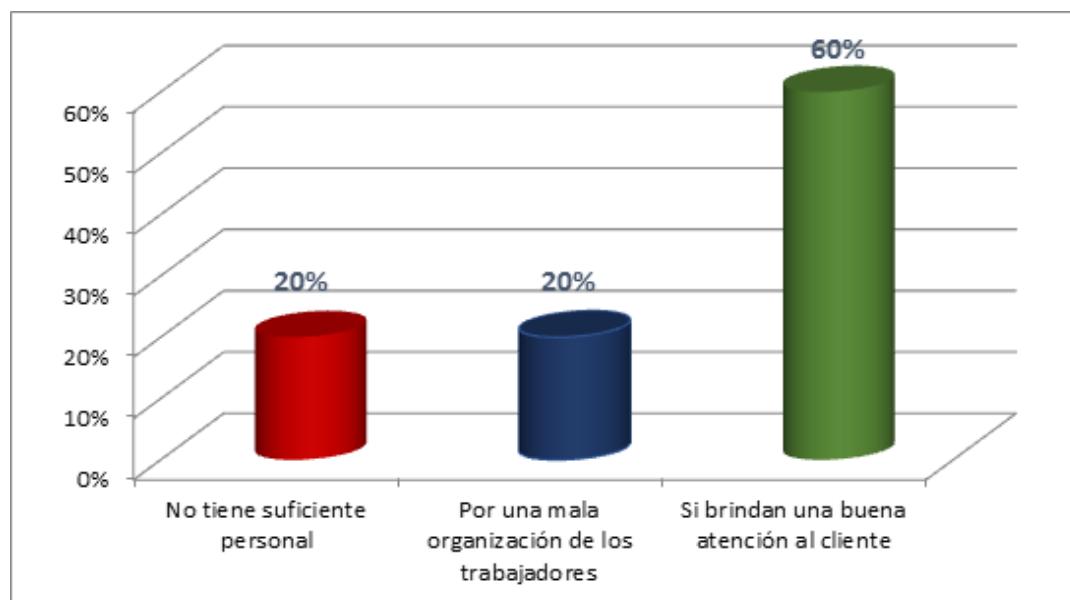


Figura 20. Gráfico de barras de por qué considera usted que se está dando una mala atención al cliente.

Fuente: Elaborado según tabla 20

INTERPRETACIÓN: En la tabla y figura 20, expresa que el 20% está dando una mala atención porque no tiene suficiente personal, el otro 20% cree que está dando una mala atención por una mala organización de los trabajadores, y un 60% que son la mayoría consideran que ofrecen una buena atención al cliente.

Tabla 21

Qué técnicas modernas de atención al cliente aplica dentro de su MYPE.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Buena calidad de producto o servicio	3	60%
Precio justo y razonable	2	40%
Amplia variedad de formas de pago	0	0%
Horarios de atención se adaptan al cliente	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

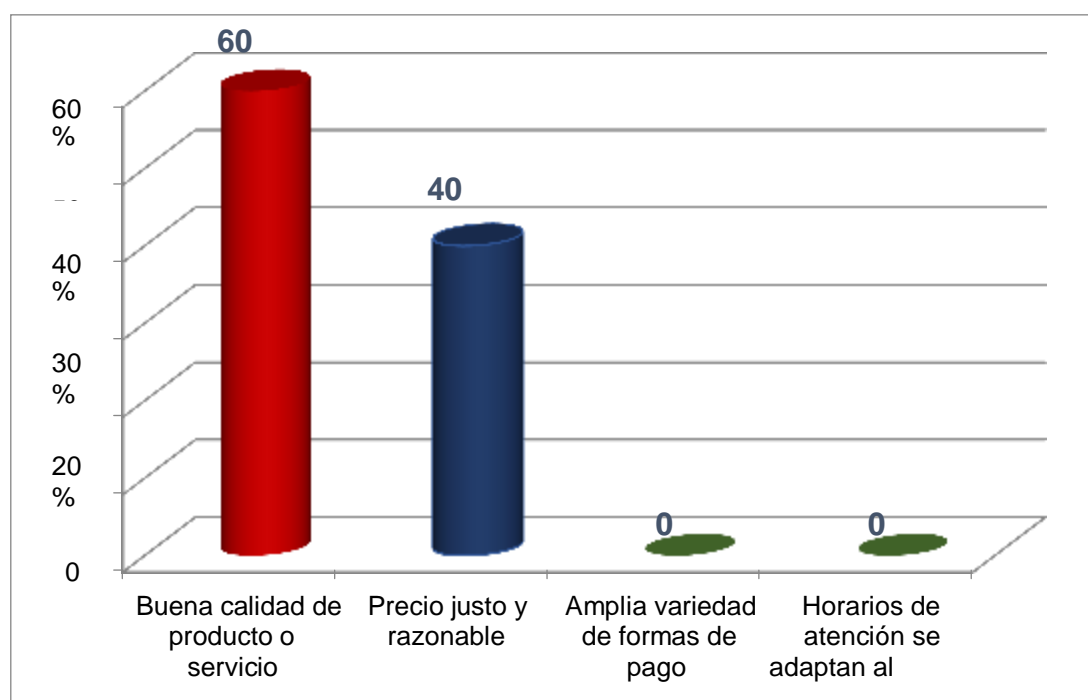


Figura 21. Gráfico de barras de qué técnicas modernas de atención al cliente aplica dentro de su MYPE.

Fuente: Elaborado según tabla 21

INTERPRETACIÓN: Se interpreta en la tabla y figura 21, que un 40% aplica la técnica de precio justo y razonable y un 60% que es la mayoría, aplica la técnica de la buena calidad de producto o servicio. Estos resultados demuestran que esta práctica les ha permitido conservar a sus clientes

Tabla 22

Cree Ud. Que su negocio es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

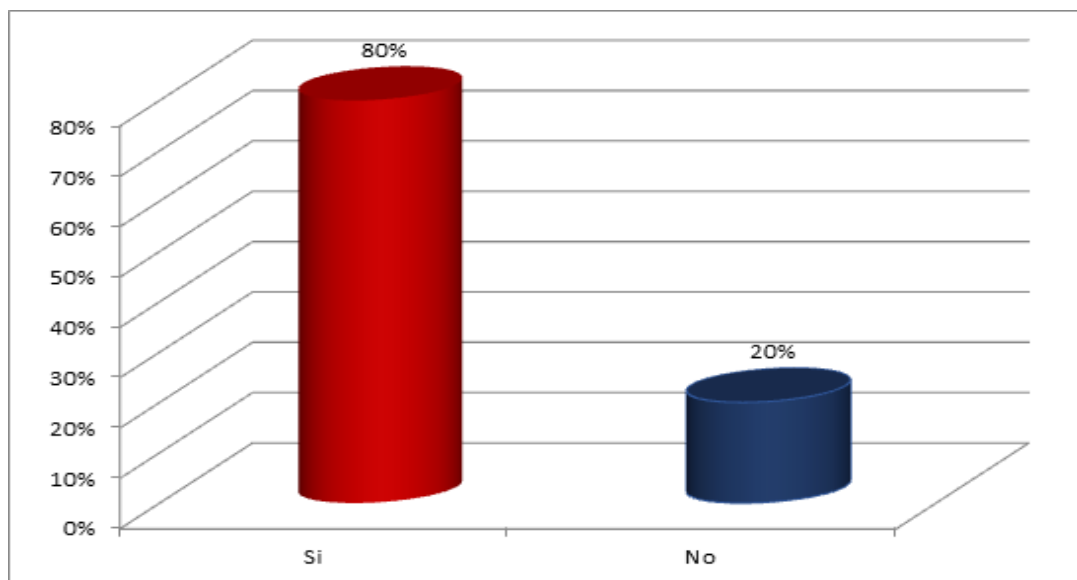


Figura 22. Gráfico de barras de si cree Ud. Que su negocio es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes.

Fuente: Elaborado según tabla 22

INTERPRETACIÓN: La tabla y figura 22, expresa que la mayoría de los representantes de las MYPE sí cree que su empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes, representando el 80% y una minoría con un 20% no cree que la empresa sea eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes.

Tabla 23

Cree Ud. Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su negocio en el mercado.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE en estudio.

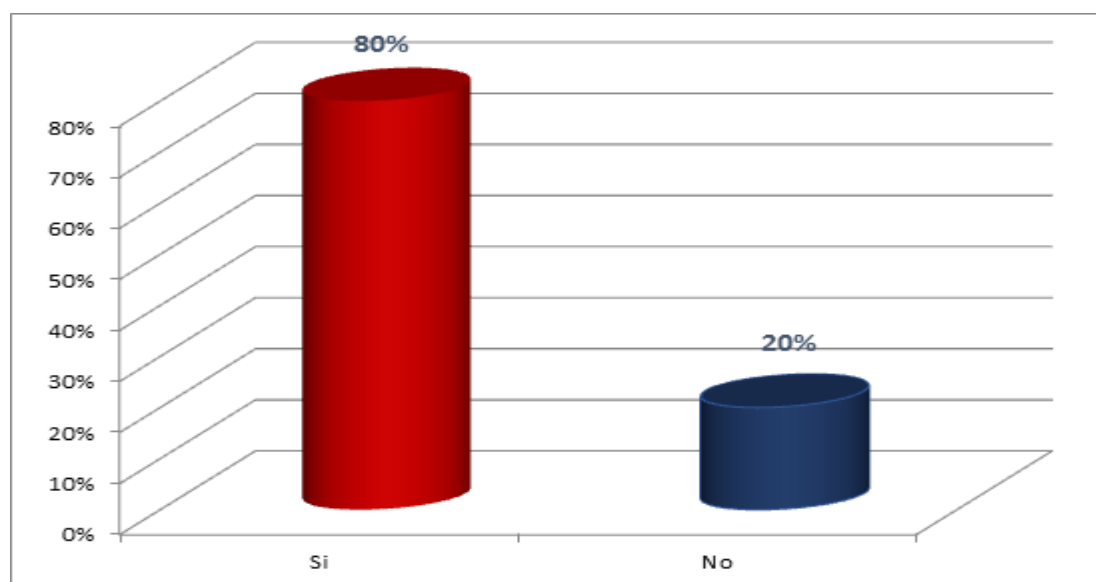


Figura 23. Gráfico de barras de si cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su negocio en el mercado.

Fuente: Elaborado según tabla 23

INTERPRETACIÓN: La tabla y figura 23, expresan que la mayoría de los representantes de las MYPE sí creen que la atención al cliente les permite el posicionamiento de su negocio en el mercado, representando un 80% y una minoría no lo cree así, representando un 20%. Estos resultados permiten reflejar que los clientes reconocen la atención que se les brinda.

5.2 Análisis de Resultados

5.1.4 Referente a datos generales de las MYPE y sus representantes.

Edad: El 60% de los representantes de las MYPE poseen de 31 a 50 años de edad. Esto coincide con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019). Donde cita que el 75% de los representantes poseen entre 31 y 50 años, estos a su vez concuerdan con (Cosi Cosi, 2019). Quien manifiesta que el 61% poseen entre 31 a 50 años. Pero discrepan con los resultados alcanzados por (Pérez Velasques, 2017). Que señala que el 69% tienen entre 18 a 30 años. Esto indica que la mayor parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019; están siendo administradas por personas adultas cuyas edades oscilan entre los 31 a 50 años, ya que en el presente los representantes de las MYPE son emprendedores que poseen práctica y conocimiento en el rubro.

Género: El 80% de los gerentes o dueños de las MYPE pertenecen son del sexo femenino. Esto coincide con los resultados obtenidos por (Madueño Reyes, 2016). Quien manifiesta que un 70% son de sexo femenino, pero difiere con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien señala que el 75% de representantes pertenecen al sexo masculino, de la misma forma coincide con (Cosi Cosi, 2019). Que indica que el 100% son de sexo masculino. Esto indica que la mayor parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, están siendo administradas por el género femenino, debido a que en la actualidad se ve que las mujeres han incursionando en gran escala en el mundo de los negocios, ya que son más apasionadas y perseverantes hoy en día y eso les ha permitido sacar a brote la fortaleza y entusiasmo para crear y lograr mejores resultados positivos.

Grado de instrucción: El 60 % de los representantes de las MYPE poseen un grado de instrucción de superior no universitario. Esto concuerda con los resultados de (Pérez Velasques, 2017). Donde indica que el 60% de sus encuestados posee un grado de estudio superior no universitario. Pero desentona con los resultados obtenidos por (Cosi Cosi, 2019). Donde indica que el 39% tiene estudios secundarios. Esto expresa que la gran parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, están siendo dirigidas por personas con estudios superior no universitario, los cuales poseen conocimientos y pueden desarrollar mejoras en la atención.

Cargo: El 100 % de los gerentes de las MYPE son los mismos dueños de los negocios. Esto coincide con las investigaciones de (Yzaguirre Ventura, 2019). Donde menciona que el 66.6 % son propietarios de sus negocios y su vez coincide con (Pérez Velasques, 2017). Quien determinó que el 60% son dueños de sus negocios. Señalando que la gran parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, son los propietarios quienes dirigen sus propias acciones, estos asumen el desafío del día a día y su vez se alistan para decidir las mejores soluciones para así llevar un mejor control de los mismos.

Tiempo de permanencia en la empresa o rubro: El 60% de las MYPE poseen una permanencia de 0 a 3 años en el rubro. Esto coincide con los resultados de (Antúnez Castillo, 2017). Quien menciona, al 68.2 % poseen de 0 a 3 años. Pero contrasta con los resultados obtenidos por (Madueño Reyes, 2016). Donde indica que el 90% poseen más de 7 años de permanencia en el rubro; pero también contrasta con (Goicochea Flores, 2019). Donde indica que el 60 % cuenta con 7 años de

permanencia. Esto manifiesta que la mayor parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, se han mantenido en el rubro entre 0 a 3 años, y a consecuencia de su labor de complacencia con el cliente, el cual les ha otorgado un lugar preferido en el mercado. Ello también expone que existe un crecimiento de MYPE del sector pollerías en el distrito de Huancané.

Número de empleados: de las MYPE: El 60% tiene 4 a 5 empleados. Esto discrepa con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019). Que indicó que el 75% cuenta con 1 a 3 trabajadores; de igual manera discrepa con (Pérez Velasques, 2017). Que manifestó que el 70% cuenta con 1 a 3 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, tiene entre 4 a 5 empleados, motivo por el cual les permitió mantener un buen trato laboral con sus empleados, quienes están comprometidos con la MYPE y del mismo modo son incentivados.

Personas que trabajan en la empresa: El 100% tiene como trabajadores a sus familiares y no familiares. Esto coincide con los resultados de (Antúnez Castillo, 2017). Quien determina que el 50% trabaja con familiares y externos, pero contrasta con (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien determina que el 100% trabaja solo con familiares. Esto demuestra que la gran parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, trabajan con integrantes de su familia y también con otras personas que no son familiares, para distribuirlos en las diferentes, el cual les permite tener confianza, buena comunicación, apoyo y así tener un mejor desempeño.

Objetivo de creación de las MYPE: El 100% de las MYPE tiene como objetivo producir ingresos rentables. Esto coincide con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien determinó que el 75% tiene como objetivo de creación producir ingresos rentables; y con (Antúnez Castillo, 2017). Quien menciona que el 100% tuvo como objetivo maximizar ganancias. Pero contrasta con (Madueño Reyes, 2016). Quien determinó que el 60% tuvo como objetivo de creación la subsistencia. Esto demuestra que la gran parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, tiene como objetivo principal obtener renta en sus negocios para que de este modo puedan compensar sus prioridades y seguir prosperando en el mercado competidor.

5.1.5 Referente a gestión de calidad.

Sabe que es Gestión de Calidad: El 80% de los representantes de las MYPE conocen la expresión gestión de calidad. Esto concuerda con los resultados (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien determina que el 58,3% tiene presente la expresión gestión de calidad, a la vez concuerda con el resultado obtenido por (Pérez Velasques, 2017). Quien señala que el 80% conoce la expresión gestión de calidad. Pero difiere con (Madueño Reyes, 2016). Quien determinó que un 50% no conoce que es gestión de calidad. Esto manifiesta que la gran parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, poseen conocimiento del término gestión de calidad, el cual emplean en sus negocios y esto les ayuda a mejorar los procesos, el cual se ve reflejado en la rentabilidad de sus negocios.

Dificultades que tienen para la implementación de Gestión de Calidad: El 80% de los representantes de las MYPE tienen dificultad para implementar la gestión de calidad

aprendizaje lento. Esto contrasta con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien indica que el 50% tiene dificultades por desconocimiento del puesto. A su vez difiere con (Madueño Reyes, 2016). Quien menciona que el 60% tiene otras dificultades. Esto expresa que la mayoría de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, poseen problema porque tienen un aprendizaje lento, lo cual causa problemas para que prosperen sus MYPE y mantener su competitividad en el mercado.

Técnicas modernas de la gestión de calidad que utilizan: El 80% de los representantes de las MYPE usan la técnica moderna de gestión de calidad “atención al cliente”. Esto contrasta con los resultados por (Antúnez Castillo, 2017). Quien halló que el 49% conoce la técnica de la mejora continua. Esto demuestra que las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, en su mayoría aplican como técnica moderna de gestión de calidad “La atención al cliente”. Que una buena atención en el servicio atrae a más clientes logrando mantenerse en el mercado.

Técnicas que conoce para medir el rendimiento del personal: El 60% de los representantes de las MYPE manifestaron que conoce la técnica de la observación. Esto coincide con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien indica que el 50% de representantes califica el rendimiento de sus trabajadores a través de la observación. Esto indica que la gran parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, aplican como método la observación para calcular el rendimiento de su personal, ya que a través de esta evaluación ven el desempeño de su personal para conocer su comportamiento, habilidades,

compañerismo, entre otros los cuales permitirán saber si cuenta con personal competente.

Planifica “sus actividades para que el servicio que brinda sea acorde a lo solicitado por el cliente: El 80% si planifica sus actividades. Esto coincide con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019), quien manifiesta que un 75% si planifica sus actividades. Esto demuestra que la mayoría de MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019; considera que la planificación de sus actividades es muy importante en el servicio que brinda y que este sea acorde a lo solicitado por el cliente, logrando así la fidelidad y continuidad de sus clientes.

La gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento del negocio: El 80% de representantes de las MYPE si cree que la gestión de calidad aporta a mejorar el rendimiento de sus negocios. Esto concuerda con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien manifiesta que un 75% indican que la gestión de calidad si favorece con optimizar el rendimiento de sus negocios, al igual que con (Madueño Reyes, 2016). Quien menciona que el 70% refieren que si ayuda a mejorar el rendimiento del negocio. Esto indica que la mayoría de MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, considera que la gestión de calidad es fundamental y de gran importancia porque concede el disminuir procesos y ayuda a superar la exigencia de sus clientes brindando un servicio de calidad.

La gestión de calidad permite alcanzar sus objetivos: El 80% de los representantes de las MYPE considera que la gestión de calidad si contribuye a lograr sus objetivos. Esto coincide con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien señala que el

66.6% indica que la gestión de calidad contribuye para alcanzar sus objetivos, coincidiendo también con (Cosi Cosi, 2019). Quien indica que un 94% manifiesta que la gestión de calidad contribuye para alcanzar sus objetivos. Esto demuestra que la gran parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, indican que la gestión de calidad contribuye alcanzar sus objetivos y metas trazadas, lo cual les ayuda a tener una buena organización de la empresa, planificación enfocada y así crecer en su negocio.

Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes: El 80% de los representantes de las MYPE si emplea Gestión de Calidad en la prestación que brinda. Esto coincide con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien indica que el 91.6% emplea la gestión de calidad en el servicio. Esto demuestra que la gran parte las de MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, emplean la gestión de calidad en el servicio que ofrecen, ya que esto les ha permitido la fidelización y el aumento de clientes por las buenas referencias que causan sus negocios.

5.1.6 Referente a la atención al cliente

Sabe qué es la atención al cliente: El 80% de los representantes de las MYPE si conoce el término de atención al cliente. Esto coincide con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien menciona que el 91.6% si conoce el término de atención al usuario. Esto manifiesta que la mayoría de MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, si conoce el término de atención al cliente, por ello se empeñan en ofrecer la mejor atención y cumplir con los intereses de sus cliente.

La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento: El 80% de los representantes están de acuerdo que la atención al cliente es fundamental para que este regrese. Esto concuerda con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien indica que el 91.6% muestran que la atención al consumidor es fundamental. Esto expone que la gran parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, refieren que es esencial la atención al cliente y les permite distinguirse de su competencia.

La atención que brinda al cliente: El 60% de los gerentes de las MYPE cree que la atención que brinda es buena. Esto coincide con las respuestas de (Yzaguirre Ventura, 2019). Donde manifiesta que el 83.3% ofrece una buena atención. Esto demuestra que la gran parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, otorgan una atención con calidad a sus clientes, dando un servicio eficaz para incrementar la concurrencia y por ende sus ventas.

Por qué considera usted que se está dando una mala atención a sus clientes: El 60% de los representantes de las MYPE piensan que ofrecen una buena atención al cliente. Contrastando con las respuestas de (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien indica que el 41.6% brinda una atención defectuosa por una mala coordinación con sus empleados. Esto expone que la gran parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, creen que ofrecen una buena atención al cliente, debido a que están identificados y comprometidos con su negocio.

Técnica de atención al cliente que aplica dentro de su MYPE: El 60% aplica la técnica de la buena calidad de servicio o producto. Esto contrasta con los resultados

de (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien anuncia que el 58.3% emplea como técnica el costo justo y razonable. Demostrando que la gran parte de MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, emplean la técnica de la calidad de servicio o producto, ya que esta práctica les ha permitido conservar a sus clientes y establecer la elección de sus consumidores.

Creé Ud. Que su negocio es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes: El 80% de los representantes de las MYPE sí cree que su negocio es eficiente cuando da solución y atiende los reclamos de los clientes. Esto coincide con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien refiere que el 91.6% considera a su empresa eficiente cuando atiende a sus reclamos. Esto señala que la gran parte de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, indican que son eficientes cuando atiende y dan salida a los reclamos, debido a que en algunas circunstancias estos reclamos permiten corregir y optimizar sus debilidades, permitiendo la fidelización de sus clientes.

Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su negocio en el mercado: El 80% de los gerentes de las MYPE creen que la atención al cliente permite el posicionamiento de su negocio en el mercado. Esto concuerda con los resultados de (Yzaguirre Ventura, 2019). Quien revela que el 83.3% si consideran que la atención al cliente permite el posicionamiento de su negocio. Estos resultados demuestran que la mayoría de MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané, año 2019, expresan que la atención al cliente permite lograr el posicionamiento del negocio, el crecimiento del negocio y su éxito, debido a que los consumidores reconocen la atención que se les brinda.

VI. CONCLUSIONES

Se concluye que las principales características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPE del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019, fueron:

Primero. Referente a las principales características de las MYPE y sus representantes del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019. Se evidencia en las tablas y figuras del 1al 8, que la mayoría de los representantes tiene la edad de 31 a 50 años, están siendo administradas por personas del género femenino, tienen estudios superior no universitario, permanecen en el rubro de 0 a 3 años, tienen de 4 a 5 trabajadores, en su totalidad son propietarios de sus negocios, tienen como objetivo de su creación el crear ingresos económicos y trabajan con sus familiares y externos (no familiares) en sus negocios.

Segundo. Con respecto a las principales características de la gestión de calidad del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019. Se visualiza en las tablas y figuras del 9 al 16, que la mayor parte conoce el término gestión de calidad, poseen dificultades en la implementación de la gestión de calidad por un aprendizaje lento, usan la técnicas moderna de la atención al cliente, utilizan la técnica de la observación para calcular el rendimiento del personal, planifican sus actividades para que el servicio sea acorde con lo solicitud por el cliente, creen que la gestión de calidad ayuda a mejorar las ganancias de sus negocios, consideran que la gestión de calidad los ayuda a lograr sus objetivos y aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan.

Tercero: Con respecto a las principales características de la atención al cliente del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Huancané año 2019. Se evidencia en las tablas y figuras del 17 al 23, que la mayoría conocen el termino atención al cliente, consideran que la atención es esencial para que regresen, consideran que la atención que brindan es buena, usan la técnica moderna de la buena calidad de producto o servicio, se consideran eficientes al atender y brindar solución a los reclamos, y que la atención que brindan les permite posicionarse en el mercado.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

- Sacar beneficio al conocimiento y la experiencia de los representantes para emplear instrumentos de gestión y elaboración de un plan estratégico de mapeo de situación actual de sus negocios, con el fin de formular estrategias y lograr sus metas y objetivos.
- Implementar la “Gestión de calidad y la atención al consumidor”, con la finalidad que las MYPE estén prestos a los cambios del mercado, se adapten con facilidad y logren ser diferentes a sus competencias dando un valor adicional, esto les permitirá dar una atención y un servicio de calidad que les permitirá lograr una posición en el mercado mejorando la renta de sus negocios.
- Hacer capacitaciones para el personal sobre temas de servicio al cliente, con el propósito de contribuir con la superación de los trabajadores y que estos mejoren el servicio que brindan, se sientan motivados y logren satisfacer al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antúnez Castillo, L. (2017). *Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey 2016*. (E. P. Perú, Ed.) Recuperado el Julio de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5327/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING ESTRATEGICO_ANTUNEZ_CARRILLO_MARIA_NATALIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arenas Yepes, R. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad en la producción de las MYPE en el rubro Artesanía-cerámica al horno en el distrito de Pucara, provincia de Lampa, región de Puno-periodo 2016*. Juliaca: Biblioteca ULADECH-Juliaca.
- Avila Baray, H. (2013). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: Eumednet.
- Barrantes Callata, N. (2019). *Gestión de calidad con el uso de la metodología DMAIC en las Mype del sector comercio rubro librerías del Jr.Huancané Juliaca 2019*. Juliaca: Biblioteca ULADECH- Juliaca.
- Blanco, A. (2007). *Atención al cliente*. Madrid: Pirámide.
- Blanco, C., Lobato, G., & Lobato, V. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. Recuperado el 06 de 2019, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=199&docID=3217294&tm=1542334442995>
- Burgos González, D. (28 de Diciembre de 2018). *Desarrollo del Sistema de Gestión De Calidad en el Restaurante Bar Ouzo Agave Azul S.A.S. Bajo Los Lineamentos De La Norma Iso 9001:2015 Y La Norma Técnica Colombiana*

Ntsusna 008. Obtenido de

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/DOCUMENTO%20FINAL.pdf?sequence=1>

Calla Huanca, k. (2019). *Gestion de calidad en la atención al cliente de las Mype*.

Juliaca: Biblioteca ULADECH-Juliaca.

Cárdenas Rivera , M. B., Mora Cabrera , N. D., & Sánchez Merchán, A. T. (2013).

Análisis del servicio al cliente en el restaurante la Riviera y su impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento. Recuperado el 2019, de repositorio de la Universidad Guayaquil:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10491/1/Analisis%20de%20Servicio%20al%20cliente%20en%20el%20restaurante%20la%20Riviera.pdf>

Chamorro, S. (14 de 04 de 2016). *Las 10 claves para mejorar la atención al cliente*

de tu empresa. Recuperado el 2020, de Blog de Empresas y Nuevas

Tecnologías: <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>

Cosi Cosi, J. (2019). *Gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al cliente en la*

MYPE del sector Servicio- rubro transporte de Taxis Los Famosos SAC en el distrito de Huancané, año 2019. Juliaca: Biblioteca Uladech-Juliaca.

De Barros E Silva, P. C. (2016). *La gestión de la calidad como facilitador del*

proceso estratégico en las pequeñas y medianas empresas. Recuperado el 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=74539>

De la Rosa, S., & Arregoces, A. (2015). *Diseño de un plan de mejoramiento*

administrativo para los departamentos de compra, logística y recursos

humanos, de la empresa Buzca. S.A., en la ciudad de Cartagena. Recuperado

el 2019, de

<http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/2536/1/Trabajo%20de%20Grado%20susan%20de%20la%20rosa%20y%20anderson%20arregoces.pdf>

Deming, E. (1990). *Calidad, productividad y competitividad*. Automoción.

Dominguez, E. (2014). *Atención al cliente en el proceso comercial*. Madrid: Editorial

.

Franco Navarro, G. (2016). *¿Por qué es importante la calidad del servicio*.

Recuperado el 10 de 2019, de : <http://blogs.unitec.mx/vida->

[universitaria/porque-es-importante-la-calidad-del-servicio-al-cliente](http://blogs.unitec.mx/vida-universitaria/porque-es-importante-la-calidad-del-servicio-al-cliente)

George, D., & Malleri, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 (Vol. 4ta. Edición). Boston: Allyn & Bacon.

Goicochea Flores, K. (09 de 2019). *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015*. Recuperado el 11 de 12 de 2018, de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1083/GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_GOICOCHEA_FLORES_KARINA_ROSSI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gonzalez, H. (2015). *La nueva ISO 9001*. Recuperado el 2019, de

<https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-de-gestion-de-la-calidad/>

Gregory, D. (2015). *Gestión de la Calidad y Competitividad*. Mexico: Edit. Mc Graw Hill.

- Grimaldo, I. (2015). *Una de cada cuatro medianas empresas registran caídas de 50% en ventas por su mala gestión*. Recuperado el 2019, de <http://gestion.pe/empresas/cada-medianas-empresas>
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. C., & Batista, L. M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. Sexta edición). Colombia: McGRAW-HILL.
- Hidalgo Fayton, J. (2016). Modelo de gestión para mejorar la calidad la atención al usuario del GADM Canton Babahoyo. *Revista Escuela de Administración de negocios*, 26-30.
- Hurtado, J. (2000). *Metodología de la investigación*. Caracas: Sabino.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016). *Estructura empresarial*. Recuperado el 2019, de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1445/libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas e informática. (2015). *INEI*. Obtenido de Más de 235 mil empresas se crearon en el 2015: <https://www.inei.gov.pe/prensa/noticias/mas-de-235-mil-empresas-se-crearon-en-el-2015-8817/>
- Ishikawa, K. (1989). *Introducción al control de calidad*. Mexico: Suenaga.
- Juran , J. (2001). *¿Qué hizo Joseph M. Juran por la gestión de la calidad?* Recuperado el 2020, de <https://books.google.com.pe/books?id=AdJYJgAACAAJ&dq=juran&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiC-Lfbh9npAhV9IrkGHf-eAsMQ6AEIVDAF>

- Lima Delgado, J., & Colmenares Lima, M. (2016). Gestión de calidad y toma de decisiones en las PYME del sector medios impresos regionales del Estado Lara, Venezuela. *EBSCO Information Services*, 27-53.
- M.P. (2018). *Ministerio de la Producción*. Recuperado el 16 de Julio de 2019, de <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>
- Madueño Reyes, R. (2016). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librerías en el centro del distrito de nuevo Chimbote, 2016*. Recuperado el 2020, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8283/CLIENTE_GESTION_DE_CALIDAD_MADUE%C3%91O_REYES_REBECA.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR1ZmE_XzFGtDLdzi9sw8UVRnq58LLaEdCQPe6rGZNiiNAtEDBL7AF-Vjiw
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados Un Enfoque Aplicado* (Vol. Cuarta edición). México: Educación de México, S.A.
- Mendoza Chambi, V. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad y la capacitación de las MYPE sector servicio-rubro inmobiliario del distrito de Juliaca, año 2016*. Juliaca: Biblioteca UADECH-Juliaca.
- Pérez Velasques, L. (2017). *Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco. año 2016*. (E. P. Perú, Ed.) Recuperado el Julio de 2019, de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3180/GESTIO>

N_CALIDAD_PEREZ_VELASQUEZ_LUZ_THALIA%20.pdf?sequence=1
&isAllowed=y

Sancho, M. A. (09 de 10 de 2018). *Experiencia del Cliente*. Obtenido de Principios del servicio al cliente: la razón fundamental del éxito de la empresa:

<https://blog.comparasoftware.com/principios-del-servicio-al-cliente/>

SUNAT. (2015). *SUNAT*. Recuperado el 2016, de

<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>

Tamayo y Tamayo, M. (2013). *El proceso de la investigación científica*. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=BhymmEqkkJwC>

Tello, S. Y. (2014). *Importancia de la micro, pequeña y medianas empresas en el desarrollo del país*. Recuperado el 2020, de REVISTA DE LA FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA:

<http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/623>

Texto Unico Ordenado. (17 de 12 de 2013). *Reglamento del Texto Único Ordenado de la Ley*. Recuperado el 2016, de

<http://www.mundomype.com/archivos/Reglamento-del-TUO-de-la-Ley-MyPE.pdf>

Tschohl, J. (2008). *Servicio al Cliente: Técnicas, estrategias y una verdadera cultura para generar beneficios* (Vol. 5a edición). Minnesota.

Universidad Los Ángeles de Chimbote- Código de Ética para la Investigación.

(2019). *Código de Ética para la Investigación*. Chimbote, Perú: Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH Católica, de fecha 16 de agosto de 2019.

Valderrama Mendoza, S. (2015). *Pasos para elaborar Proyectos de Investigación Científica* (Vol. Quinta Reimpresión). (J. D. Lissón, Ed.) Lima, Lima, Perú: San Marcos E.I.R.L.

Vizcarra, N. (2009). www.mundoMypes.com/articulos/44-recursos-humanos/167-importancia-de-la-capacitacion-para-las-Mypes.html10. Recuperado el 29 de Abril de 2016, de Importancia de la Capacitación para las MYPE.

Yzaguirre Ventura, E. Y. (2019). *Gestión de calidad en la atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector Servicio, rubro Pollerías en el sector urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. Chimbote: Repositorio ULADECH.

ANEXOS



CUESTIONARIO

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

Cuestionario aplicado a los Dueños, Gerentes o Representantes de las MYPE del ámbito de estudio

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de la MYPE para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Gestión de calidad en la atención al consumidor de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías, distrito de Huancané, de la región de Puno, 2019”.

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Fecha:/...../.....

I) DATOS GENERALES

1.1. REFERENTE A LAS MYPE Y SUS REPRESENTANTES.

1. Edad del representante legal de la empresa:

- a. 18-30 años
- b. 31-50 años
- c. 51 años a más

2. Genero

- a. Masculino
- b. Femenino

3. Grado de instrucción:

- a. Sin instrucción
- b. Primaria
- c. Secundaria
- d. Superior No Universitaria
- e. Superior Universitaria

4. Cargo

- a. Dueño
- b. Administrador

5. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro:

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

- 6. Número de empleados:**
 - a. 1 a 3 trabajadores
 - b. 4 a 5 trabajadores
 - c. 6 a más trabajadores
- 7. Personas que trabajan en la empresa son:**
 - a. Familiares
 - b. Personas no familiares
 - c. Familiares y no familiares
- 8. Objetivo de creación:**
 - a. Producir ingresos rentables
 - b. Subsistencia

II) REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

- 9. ¿Sabe qué es gestión de calidad?**
 - a. Si
 - b. No
- 10. ¿Qué dificultades tiene para la implementación de Gestión de Calidad?**
 - a. Poca iniciativa
 - b. Aprendizaje lento
 - c. No se adapta a los cambios
 - d. Desconocimiento del puesto
 - e. Otros
- 11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad utiliza?**
 - a. Benchmarking
 - b. Empowerment
 - c. Las 5 S
 - d. Atención al cliente
 - e. Otros
- 12. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?**
 - a. La observación
 - b. La evaluación
 - c. Escala de puntuaciones
 - d. Evaluación de 360°
 - e. Otros
- 13. Planifica sus actividades para que el servicio que brinda sea acorde a lo solicitado por el cliente**
 - a. Si
 - b. No
- 14. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?**
 - a. Si
 - b. No
- 15. ¿La gestión de calidad ayuda a lograr los objetivos y metas trazados por la organización?**

- a. Si
- b. No

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

- a. Si
- b. No

III) REFERENTE A LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

17. ¿Sabe qué es la atención al cliente?

- a. Si
- b. No

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

- a. Si
- b. No

19. La atención que brinda a los clientes es:

- a. Buena
- b. Regular
- c. Mala

20. ¿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

21. ¿Qué técnicas modernas de atención al cliente aplica dentro de su MYPE?

- a. Buena calidad de producto o servicio
- b. Precio justo y razonable
- c. Amplia variedad de formas de pago
- d. Horarios de atención se adaptan fácilmente al cliente

22. ¿Creé Ud. que su negocio es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?

- a. Si
- b. No

23. ¿Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su negocio en el mercado?

- a. Si
- b. No

Anexo 2

Validez y confiabilidad

Para la Validez y confiabilidad del instrumento, según los datos tomados por juicio de expertos se aplicó el alfa de Cronbach.

En el presente trabajo de investigación se tomó el cuestionario de la tesis “Gestión de Calidad en la Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, del Sector Servicio, Rubro Pollerías, en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote 2018” Elaborado por la Elizabeth Ysela Yzaguirre Ventura (2019)

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_YZAGUIRRE_VENTURA_ELIZABETH_YSELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Confiabilidad del instrumento con el uso del Alfa de Cronbach

En el presente trabajo de investigación con la finalidad de saber la confiabilidad del instrumento se ha elegido el método de Alfa de Cronbach mediante la varianza de las preguntas y la varianza del puntaje total, para ello he acogido el cuestionario de encuesta “Gestión de calidad en la atención al consumidor de las MYPE del sector servicio, rubro pollerías, Distrito de Huancané, de la región de Puno, 2019, con una cantidad de 23 interrogantes, estando considerado como prueba piloto. Para el grupo piloto se aplicó el cuestionario.

El resultado del valor del coeficiente es muy útil para medir la confiabilidad de las escalas de medida en una investigación. Para evaluar la homogeneidad y fiabilidad de las preguntas (ítems), es usual la aplicación del coeficiente del Alfa de Cronbach. Dicho coeficiente tiene valores entre 0-1, donde el “0” es confiabilidad nula, y el 1 corresponde a confiabilidad total (Valderrama Mendoza, 2015)

Para obtener el grado de confiabilidad, se estableció una muestra pilo de 3 Representantes de las MYPE, por ser el más representativo, posteriormente se aplicó el instrumento, para poder obtener el grado de confiabilidad.

Los resultados obtenidos se obtuvieron mediante el Alfa de Cronbach. Como un juicio general (George & Malleri, 2003) recomiendan las siguientes recomendaciones:

Coefficiente alfa >0.9 es excelente

Coefficiente alfa >0.8 es bueno

Coefficiente alfa >0.7 es aceptable

Coefficiente alfa >0.6 es cuestionable

Coefficiente alfa >0.5 es pobre

Coefficiente alfa <0.5 es inaceptable

Resultado: Se utilizó el análisis de fiabilidad de software estadístico SPSS ver. 22, y los resultados fueron:

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de cronbach	N de elementos
,933	23

Interpretación: El Alfa de Cronbach, mostro un resultado de 0.933 para un total de 23 ítems, y según la escala de valores el coeficiente es excelente, por lo tanto el instrumento presenta fiabilidad y puede ser usado.

Anexo 3
Población muestral

N°	Razón social	Representante	Dirección	Estado del contribuyente	Condición del contribuyente
1	Pollería Lady's	10019847905	Jr. Lima N° 214	Activo	Habido
2	Pollería Rikitos	10019806095	Jr. Puno N° 1002	Activo	Habido
3	Pollería Chicken Palaces Brass	10468210504	Plaza de armas N° 111	Activo	Habido
4	Pollería El dorado Luis	10474610140	Jr. Pardo N° 234	Activo	Habido
5	Pollería El Gran Jefe	10463923002	Jr. Ramón Castilla	Activo	Habido