



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL MODELO DE ATENCIÓN
AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS,
SECTOR SERVICIOS, RUBRO GIMNASIOS DEL CASCO
URBANO DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE, 2017.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA

Br. Julca Dominguez, Iris Consuelo
Código Orcid: 0000-0002-2876-9458

ASESOR

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías
Código Orcid: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

Autora

Br. Julca Dominguez, Iris Consuelo

Código Orcid: 0000-0002-2876-9458

Asesor

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Código Orcid: 0000-0002-6399-5928

Miembros del Jurado

Mgtr. Morillo Campo, Yuly Yolanda

Código Orcid: 0000-0002-5746-9374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Código Orcid: 0000-0002-7575-3571

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio César

Código Orcid: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidenta

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida, y por permitirme llegar hasta este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y todos los momentos que me ha enseñado a valorar cada cosa de la vida.

Le doy gracias a mis padres: Luis y Enma, por su apoyo incondicional, por los buenos valores que me inculcaron durante el transcurso de mi vida, por darme la oportunidad de tener una excelente educación, y por siempre darme los ánimos y el amor para seguir adelante. A mis queridos hermanos por siempre apoyarme, y por mostrarme su cariño en todo momento y por llenar mi vida de alegrías y a toda mi familia en especial por siempre estar conmigo.

A mi asesor de Tesis el Mg. Reinerio Centurión Medina, por el apoyo y por los conocimientos que he ido adquiriendo a lo largo de mi carrera profesional.

DEDICATORIA

A Dios, porque a pesar de todos los obstáculos, él siempre está conmigo cuidándome en todo momento, y dándome las fuerzas necesarias para poder concluir una de mis deseadas metas en la vida.

Con todo mi gran amor para mis padres, hermanos y para toda mi familia en especial, por motivarme a seguir adelante, y por siempre hacer que logre mis sueños, por sus buenos deseos, y por siempre estar a mi lado en todo momento de mi vida.

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro gimnasios, en el casco urbano, centro de Chimbote, año 2017. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel Descriptivo, diseño No experimental – transversal, se utilizó una población muestral de 5 MYPES a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: el 100% de los representantes legales de las MYPES tiene edad de entre 30 a 50 años. El 80% son de sexo masculino, el 100% cuentan con estudios universitarios. El 80% de los representantes son administradores. El 40% de las MYPES tiene de 0 a 3 años desempeñando en el cargo, el 40% de las MYPES tiene de 0 a 3 años de presencia en el mercado. El 80% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 80% no son familiares que trabajan en la empresa. El 100% tiene como objetivo obtener rentabilidad. El 100% de los representantes si conocen el término gestión de calidad. El 80% utiliza la técnica atención al cliente. El 80% de las MYPES tiene como dificultad el aprendizaje lento. El 40% utiliza la técnica de evaluación hacia sus trabajadores. El 100% si reconoce que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio. El 100% acepta que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos. El 100% de los representantes conoce el término atención al cliente. El 100% aplica gestión de calidad en sus servicios. El 100% si creer que una buena atención es fundamental para el negocio. El 60% utiliza la técnica de retroalimentación para un servicio de calidad. El 80% utiliza la atención personalizada como factor principal. El 100% brinda una buena atención a sus clientes. El 60% ha logrado clientes satisfechos. Se concluye, que, si conocen gestión de calidad en Atención al cliente, debido a que sus clientes se sienten complacidos con el servicio que brindan.

Palabras clave: Atención al cliente, gestión de calidad, micro empresa, pequeñas empresas, representantes.

ABSTRACT

The research was oriented to the objective of the characteristics of quality management in the customer service model in microenterprises and small businesses, gymnasiums sector, in the urban area, Chimbote center, years 2017. The research was quantitative type, Descriptive level, Not experimental - transversal design, we used a sample population of 5 MYPES to whom a structured questionnaire of 23 questions was applied through the technique of obtaining the following data: 100% of the representatives MYPES is between 30 and 50 years old. 80% are male, 100% have university studies. 80% of the representatives are administrators. 40% of the MYPES have from 0 to 3 years in office, 40% of the MYPES have 0 to 3 years of presence in the market. 80% have 1 to 5 workers. 80% are not family members who work in the company. 100% aims to obtain profitability. 100% of the representatives if they know the term quality management. 80% use the customer service technique. 80% of the MYPES have slow learning as a difficulty. 40% use the evaluation technique for their workers. 100% if you recognize that quality management contributes to business performance. 100% accept that quality management helps the objectives. 100% of the deputies know the client to the client. 100% applies quality management in its services. 100% if you believe that good service is essential for the business. 60% use the feedback technique for a quality service. 80% use personalized attention as a main factor. 100% have good customer service. 60% have achieved satisfied customers. It is concluded that if they know quality management in Customer Service, because their clients are pleased with the service they provide.

Keywords: Customer service, quality management, micro business, small businesses, representatives.

CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS	i
2. HOJA DE EQUIPO DE TRABAJO	ii
3. HOJA DE LA FIRMA DEL JURADO	iii
4. HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA	iv
5. RESUMEN Y ABSTRACT	vi
6. CONTENIDO	viii
7. ÍNDICE DE TABLAS	ix
8. ÍNDICE DE FIGURAS	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. Bases Teóricas	9
2.3. Marco Conceptual	18
III. HIPÓTESIS	21
IV. METODOLOGÍA	22
4.1. Diseño de la investigación	22
4.2. Población y muestra	22
4.3. Definición y operacionalización de las variables y los indicadores	23
4.4. Técnicas e instrumentos	27
4.5. Plan de análisis	27
4.6. Matriz de consistencia	28
4.7. Principios éticos	29
V. RESULTADOS	30
5.1. Resultados	30
5.2. Análisis de resultados	35
VI. CONCLUSIONES	43
REFERENCIAS	45
ANEXOS	48

ÍNDICE DE TABLAS

TABLAS	pág.
Tabla 1. Características de la gestión de calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios - rubro gimnasios, en el casco urbano, centro de Chimbote, año 2017	30
Tabla 2. Características de las Micro y Pequeñas empresas, sector servicios, rubro gimnasios, en el casco urbano, centro de Chimbote, año 2017	31
Tabla 3. Características de una Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas empresas de la ciudad de Chimbote, año 2017	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad del representante legal de la Micro y pequeña empresa	57
Figura 2. Género del representante legal de la Micro y pequeña empresa	57
Figura 3. Grado de instrucción de la empresa	58
Figura 4. Cargo que desempeña en la empresa	58
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo	59
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	59
Figura 7. Número de trabajadores en la empresa	60
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa	60
Figura 9. Objetivo de creación de la empresa	61
Figura 10. Conoce el término Gestión de Calidad	61
Figura 11. Técnicas modernas de la Gestión de Calidad conoce	62
Figura 12. Dificultades que tienen los trabajadores	62
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	63
Figura 14. Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	63
Figura 15. Gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas	64
Figura 16. Conoce e término Atención al Cliente	64
Figura 17. Aplica Gestión de Calidad en el servicio que brinda	65
Figura 18. La Atención al Cliente es fundamental	65
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de Calidad	66
Figura 20. Principales factores que brinda para la calidad de servicio	66
Figura 21. La atención que brinda a los clientes	67
Figura 22. Porqué considera que está dando una mala atención	67
Figura 23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención	68

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) son actores importantes en el desarrollo productivo de los países de América latina debido a su contribución a la generación de empleo, su participación en el número total de empresas y, en menor medida, por su peso en el producto bruto interno. Puesto que su producción esta mayormente vinculada con el mercado interno, por lo que una parte significativa de la población y de la economía de la región de su actividad.

Las MYPES son de vital importancia, ya que contribuye al crecimiento económico de un país, generando empleos, y reduciendo la pobreza, lo cual son una gran potencia para el desarrollo social y la sostenibilidad de un país. *Según lo menciona* (OIT “Pequeñas Empresas, Grandes Brechas”), además las MYPES generan el 47% del empleo, es decir, ofrecen puestos de trabajo a unos 127 millones de personas en América Latina, mientras que solo un 19% de empleo se genera en las empresas medianas y grandes, mientras tanto, cuando un empresario de la MYPES crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra, por consiguiente sus ventas se incrementan y logra con esto mayores beneficios, así contribuye en mayor medida a la formación del producto bruto interno , esto se debe a que las empresas hoy en día han tomado conciencia de que el factor más importante que debe tener una organización es una buena atención hacia el cliente, ya que es un tema de vital importancia, porque el cliente es la pieza más fundamental en toda empresa, por consiguiente debe tener en cuenta esta frase: el cliente es lo más importante, no siempre tiene la razón, pero hay que tratarlo dándole importancia y siempre con respeto y educación, es decir, que las personas que están a cargo de brindar una buena atención deben tener la ·camiseta puesta· de la empresa, y hacer que la persona o cliente regrese y se sienta con la satisfacción de que fue bien atendida. Sin embargo, las MYPES enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo, *según lo menciona* (Okpara y Wynn 2007), nos habla que algunas empresas suelen tener problemas ue impiden su crecimiento, como por ejemplo la falta de conocimiento del mercado, la falta de organización interna, la falta de innovación tecnológica ya que ellos no son capaces de evaluar un buen estudio de mercado, por lo general se ve reflejado una deficiente

supervisión de estándares de desempeño, lo cual provoca escasos procedimientos, así como una pésima atención al cliente.

Por otra parte, hablar de atención al cliente, significa relacionar diferentes temas como experiencia de marca, fidelidad de cliente, medios sociales, entre otros. Es así que cuando se hacen las cosas bien hay que reconocerlos, dándoles el mérito que se merecen y así guiarnos y aprender de sus acciones para ponerlos en práctica y que nuestros servicios mejoren día a día. El *American Customer Satisfaction Index* es una evaluación que cada año se realiza en diversos países del mundo para conocer la opinión de los consumidores respecto a la atención al cliente que reciben de las empresas, esta evaluación nos proporciona una visión amplia sobre las acciones que se realizan para proporcionar atención al cliente en los diversos entornos que lo requieren. Este índice demuestra que esta evaluación es diferente dependiendo del entorno en donde se aplique, entre los que destacan gobierno, servicios de consultoría, bienes raíces, medios digitales, etc. Además nos deja ver cuáles son los 10 países a nivel mundial que manejan una atención al cliente envidiable, por ejemplo a Nueva Zelanda (92%), Canadá (90%), Noruega (90%), Australia (89%), Dinamarca (89%), México (88%), Israel (84%), Emiratos Árabes Unidos (84%), Brasil (83%), Rusia (83%), por el contrario tenemos a EE.UU y España que no se encuentran en la lista. Por otro sentido, en el Perú, las estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), referidas a las micro y pequeñas empresas, muestran que la participación de las MYPES en el PBI ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú (MTPE, 2007) y el 80.96% de la población económicamente activa (MTPE, 2005). El 99.6% de las empresas que existen en nuestro país son consideradas micro, pequeñas y medianas (MIPYME), según las últimas cifras del Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI), si bien es cierto los peruanos tienen un corazón de servicio y son personas muy creativas, además, ocho de cada diez personas con empleo trabajan en una micro y pequeña empresa (MYPE) y nueve de cada diez compañías son mypes, lo que las sitúa como un mercado relevante para la economía, políticos y privados. Actualmente, en el Perú, las MYPES aportan, aproximadamente, el 40% del PBI, son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país. En agrupación, siendo esta una de las características más rescatables de este tipo de empresas.

Conforme las MYPES van creciendo, nuevas van apareciendo. Esto minimiza nuestra economía debido a que la gran mayoría desaparece en menos de un año; las que sobrevivan este periodo se volverán cada vez más destacados en el mercado, aumentaran su capacidad de producción, y requerirán de más de mano de obra y así aportar con mayores tributos al Estado.

En definitiva, poner hoy en día un gimnasio es una de las opciones más rentables para el pequeño y mediano empresario, lo cual es de mucha importancia, ya que al realizar actividad física es muy beneficioso para nuestra salud, logrando así mejorar el aspecto físico, y aspectos psicológicos, además se convierte en un estilo de vida donde sociabilizas con otras personas favoreciendo relaciones sociales. En nuestro país (Perú), los gimnasios vienen generando una gran importancia ya que para algunas personas la actividad física les hace sentir activas, brindándoles energía, desestrés mental y emocional, y para otras personas hacen actividad física es un motivo de estar en buena forma, bajar de peso y lucir bien. Los gimnasios han tomado una gran importancia sobre la atención al cliente, ya que hoy en día los consumidores son más exigentes y buscan una buena imagen que les brinde la empresa, ya sea en instalaciones, en máquinas, o en otros servicios como baile, aeróbicos, etc.

Actualmente, en el casco urbano, ubicada en la ciudad de Chimbote, las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios, tiene dificultades, las cuales impiden su crecimiento empresarial, una de ellas en la falta de una adecuada atención y buen servicio hacia el cliente, lo cual ha traído como consecuencia ahuyentar un alto porcentaje de la población que podrían ser grandes clientes potenciales.

Por ello, la gestión de calidad bajo el modelo de atención al cliente, se presenta como una estrategia para obtener información clara sobre cómo tratar al cliente, ya que un gimnasio debe aspirar ser un centro de desarrollo, lo cual debe existir coherencia y credibilidad. Así de esta forma ayudar y mejorar servicios, lo cual hará que se incremente su calidad potencial y obtener una mejor relación y fidelización por parte de los clientes.

Por lo tanto, en el presente informe titulado: “Gestión de Calidad bajo el modelo de Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017”, por ellos se plantea el siguiente problema de investigación:

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro gimnasios, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017?

Para dar respuesta al problema, se plantea el siguiente objetivo general:

Determinar las características de la gestión de calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro gimnasios, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017.

Determinar las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017.

Determinar las características de las Micro y Pequeñas empresas, sector servicios, rubro gimnasios, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017.

Determinar las características de la Gestión de Calidad bajo el modelo de atención al Cliente de las Micro y Pequeñas empresas de la ciudad de Chimbote, 2017.

La presente investigación se justifica porque permitirá conocer la Gestión de Calidad bajo el modelo de Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas, sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, ya que es importante porque puede hacer la diferencia en el negocio. Puede ser la razón por la cual un cliente potencial se incline hacia el negocio (empresa), o hacia los competidores. Por tal razón se debe brindar un buen servicio de calidad.

Además, esta investigación se justifica porque permitió obtener aspectos teóricos de la gestión de calidad y del servicio que se aplicó en las micro y pequeñas empresas y así proponer prácticas eficientes y efectivas para mejorar el desarrollo y productividad del negocio.

Por otro lado, se justifica porque se permitió conocer a nivel práctico las principales características de las micro y pequeñas empresas que aplican la gestión de calidad en el ámbito de estudio las cuales generarán muchos beneficios a la sociedad. Se justifica porque permitió a los gerentes (administradores) aplicar la gestión de calidad en su micro y pequeñas empresas para ser eficientes y eficaces en la organización.

También se justifica porque trajo mucho beneficio a la comunidad empresarial y también a los empresarios proporcionándoles sobre la gestión de calidad, utilizando un buen servicio de calidad en las micro y pequeñas empresas, como una técnica interesante y beneficiosa para poder lograr los objetivos y de esta forma brindar una excelente atención; logrando la permanencia en el mercado.

Finalmente se justifica porque esta investigación sirvió de base para futuras investigaciones sobre la aplicación de una buena gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas. Esta investigación, no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, al contrario, la benefició siendo viable su ejecución de las micro y pequeñas empresas bajo los principios de confiabilidad y honestidad.

Esta investigación no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, al contrario, la benefició; siendo factible su ejecución en beneficio de la micro y pequeñas empresas, bajo los principios éticos de confiabilidad y respeto a la persona humana.

En el presente estudio de investigación se utilizó como metodología el diseño no experimental, transversal, descriptivo, manifestando una población de 05 micro y pequeñas empresas, por la que se determinó una muestra de 05, en el cual se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas obteniendo así el resultado tabulado y representado por tablas que se encuentra en el presente estudio de investigación.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Ayambo (2017) en su tesis: *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, colegios particulares, en el distrito de Calleria, año 2017*. Tuvo como objetivo general Determinar la Gestión de la Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, colegios particulares, en el distrito de Calleria, año 2017. Obtuvo los siguientes resultados: Con respecto a la gestión de calidad: el 45% utiliza un plan de negocio y 20% está por implementar; el 60% tiene definido la misión, visión y valores de su empresa. Además, si cuentan con local propio (65%) y las instalaciones está pensado en el alumnado (70%); una minoría (40%) si recurre a cursos de capacitación; el 60% no prioriza esta herramienta; demostrando que el 70% si tiene diseñado protocolos referentes al servicio de atención al cliente sin ningún tipo de discriminación, recogiendo sugerencias de los clientes que se fidelizan con el servicio brindado (90%). Respecto al emprendedor: el 45% está en el rango de 40 a 50 años; en su mayoría son de género masculino; de profesión profesores. Respecto a la empresa y la formalización: las mypes encuestadas se encuentran formalizadas (85%) y el 15% no culmina sus trámites por espera de resoluciones; las mypes del sector en estudio están en el mercado de 4 a 6 años (50%) y los docentes si cumplen con una formación de acuerdo a ley (70%).

Torres (2017) en su tesis: *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar la Gestión de la Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, agencia de viajes y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017. Obtuvo los siguientes resultados: Respecto a la edad del emprendedor, están en el rango de 29 a 39 años de edad el 40,0%; de 18 a 28 años con el 30,0%; mayoritariamente son de género femenino 80,0%; Respecto a la empresa, el 80,0% están formalizadas; las mypes en estudio están en el régimen general con 60,0% seguido de régimen especial

30,0%; las mypes están en el rango de 6 a más años con un 40,0%, de 3 a 5 años con el 35,0%; cuenta con 6 a más trabajadores el 45,0% , de 3 a 5 trabajadores con el 40,0%; los emprendedores en su mayoría no registran a todos sus trabajadores en planilla el 65,0%; Respecto a la gestión y atención al cliente, el 50,0% si tiene definido y sigue un plan de negocios; el 65,0% tiene definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa; el 50,0% si evidencia una gestión de atención al cliente y el 30,0% aún no lo evidencia; el 70,0% de los emprendedores manifiestan que capacitan a sus trabajadores; el 65,0% promueve una cultura de buen servicio; el 60,0% ha diseñado y sigue técnicas de atención al cliente; el 50,0% si recoge sugerencias y reclamos, el 30,0% es referencial; mientras que el 80,0% considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización.

Cano (2017) en su tesis: *Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: caso restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016.* Tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016. Obtuvo los siguientes resultados: El 80% afirman que están totalmente de acuerdo con el uso de principios. El 50% están parcialmente de acuerdo con el uso de canales de atención. El 66% están totalmente de acuerdo con la atención al cliente. El 43% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo con la gestión de las quejas. El 78% están totalmente de acuerdo con el producto y el 51% con la resolución de conflictos, el 58% con la orientación al cliente, el 50% con el cumplimiento de los requisitos del cliente, el 72% con el bienestar que brinda el restaurante, así mismo el 73% también están totalmente de acuerdo con el mantenimiento de relaciones con los clientes. Las conclusiones fueron las siguientes: el 43% afirma que el nivel de atención al cliente es excelente, el 72% afirma que el nivel de satisfacción es excelente.

Ocaña (2017) en su tesis: *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, año 2016*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, 2016. Obtuvo los siguientes resultados: el 57.1% de los representantes tienen edad promedio entre 30 a 50 años, el 78.6% son de género femenino, el 100% conocen técnicas de gestión en atención al cliente, el 64.3% de los representantes utiliza la técnica del Benchmarking, el 64.3% de los representantes integra algunas veces a los trabajadores al dar indicaciones para la mejora continua del servicio, el 64.3% de los representantes indican que la comunicación es un elemento importante para la atención al cliente, el 42.9% de las micro y pequeñas empresas motivan algunas veces a los clientes para que consuman nuevamente su servicio. Se concluye que: la mayoría de los representantes tienen entre 30 a 50 años, son de género femenino, la totalidad de los representantes conocen técnicas de gestión en atención al cliente, la mayoría utiliza la técnica del benchmarking, integran a sus trabajadores, consideran importante la comunicación y motivan algunas veces a sus clientes.

Vasallo (2017) en su tesis: *Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de la calidad en la atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Obtuvo los siguientes resultados: El 69% tienen de 31 a 50 años de edad, El 62% son masculinos, El 54% su grado de instrucción es técnica, El 77% son dueños y el 69% desempeñan en el cargo más de 7 años. El 85 % tiene más 7 años de permanencia, El 69 % tiene de 1 a 5 trabajadores y el 100% su objetivo de creación es generar ganancia. El 92 % conoce gestión de calidad y la técnica atención al cliente. El 92% la gestión de calidad ayuda a mejorar el negocio. El 62% la mala atención es por una mala organización. Se Concluye: La mayoría de los representantes, están siendo dirigidas por personas de 31 a 50 años, son del género masculino, tiene superior no universitario. Permanecen y son dueños

más de 7 años, tienen de 1 a 5 trabajadores y su objetivo es generar ganancia, La mayoría absoluta Sí conocen el término Gestión de Calidad, La totalidad conoce la herramienta de atención al cliente y esto los ayuda a alcanzar las metas de su negocio.

Antúnez (2017) en su tesis: *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Obtuvo los siguientes resultados: El 59,1% aplica una gestión de calidad. El 40,9% utiliza la mejora continua como técnica de gestión. El 50% planifica sus actividades. El 36,4 % considera el buen trato como prioridad ante sus clientes y el 59.1% cree que una atención de calidad contribuye al aumento de ventas y el 54,5 % no capacita a sus colaboradores en atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de las Mypes encuestadas están aplicando una gestión de calidad, y usando la técnica de mejora continua, planificando sus actividades. Así mismo, la mayoría prioriza el buen trato al cliente, contribuyendo al aumento de ventas en su negocio.

2.2. Bases Teóricas

Concepto de Gestión

Es una adaptación de la organización a un entorno complejo y dinámico tanto en los medios de que dispone como en la forma de conseguir y compatibilizar los diversos objetivos. Asimismo, el papel del directivo ha evolucionado, ya que a éste no se le considera simplemente un especialista en las técnicas directivas, sino un gestor con capacidad multidisciplinar, adaptable y negociador. (Gregorio, 2013)

Por tanto, la gestión es un proceso tanto complejo como dinámico, ya que emprenderá a coordinar actividades con la finalidad de lograr los objetivos planteados. También es un gestor con capacidad adaptable, negociador y multidisciplinario, de tal manera que es muy importante para la acción de actividades.

Gestión de calidad

Es lograr que todas y cada una de las personas que forman la empresa conozca y entiendan claramente su trabajo, para hacerlo bien desde el principio, en un clima de cordialidad y satisfacción en donde cada día se tenga un reto al iniciar y un logro al terminar. (Maldonado, 2011)

Es así que la Gestión de Calidad es importante porque logrará que todas las personas conozcan su labor y emprendan a mejorar, superando todos los objetivos que se propongan.

Sistema de Gestión de Calidad

Un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) no es más que una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo.

Es así que un Sistema de Gestión de Calidad es cumplir con los requisitos y objetivos que una empresa ofrece hacia sus clientes, lo cual debe llevar a cabo sus normas y estandarizaciones para que no haya confusiones y todo esté en perfecto orden.

Beneficios del Sistema de Gestión de Calidad

La adopción de un sistema de calidad orientado a procesos posibilita:

Para la Organización:

- Se genera mejoras en el proceso.
- Se mejora la organización Interna.
- Incremento de la rentabilidad.
- Mejora la capacidad de respuesta y flexibilidad ante las oportunidades cambiantes del mercado.
- Mejora de motivación y el trabajo en equipo.

Para los clientes:

- Mejora la imagen de la empresa demostrando satisfacción.
- Refuerza la confianza del cliente.
- Aumenta la fidelidad.

Micro y Pequeña Empresa

Según la Ley N° 30056 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (2003), define a la micro y pequeña empresa en su artículo (2) como “La Micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.

De tal forma, las MYPES pueden ser constituida por una persona natural o jurídica, también, pueden ser creadas por una persona o por un grupo de personas (asociados), lo cual contraerá como objetivo desarrollar actividades ya sea de bienes o de servicios para el desarrollo próspero de un país.

Importancia:

Las MYPES representan importancia dentro de la estructura de productividad de un país, lo cual un porcentaje (80%) de la población se encuentra trabajando de tal forma que generan un porcentaje (45%) del producto bruto interno (PBI).

Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

- Proporcionar abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

Características y estructura empresarial de las MYPES

De acuerdo a la nueva Ley 30056 (2013). Las Micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo 12 de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

El incremento de montos máximos de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el ministerio de economía y finanzas y de ministerio de la producción cada dos años.

Es así, que cada empresa (MYPES) deben ubicarse de acuerdo a sus niveles de venta, ya que consta de tres categorías (microempresa, pequeña empresa, mediana empresa), por ejemplo, en la Microempresa sus ventas de tope deben ser 150 unidades (UIT), en la Pequeña empresa, sus ventas máximas son de 12 hasta 1700 unidades (UIT), y la Mediana empresa, sus ventas deben ser superiores desde 1700 unidades hasta un tope máximo de 2300 (UIT).

Aspectos característicos de la Micro y Pequeña empresa

Según Estrada, (2015). Generalmente se resaltan los siguientes elementos característicos:

- Administración independiente: Usualmente dirigida y operada por el propio dueño.
- Incidencia no significativa en el mercado: El área de operaciones es relativamente pequeña y principalmente local.
- Escasas especializadas en el trabajo: Tanto en el aspecto productivo como el administrativo; en este último el empresario atiende todos los campos: ventas, producción, finanzas, compras, etc.

- Actividad no intensiva en capital: Denominado también con predominio de mano de obra.
- Limitados recursos Financieros: El capital de la empresa es suministrada por el propio dueño.
- Tecnología: Existen dos opiniones con relación a este punto:

Aquellos que consideran que la Pequeña Empresa utiliza tecnología en relación al mercado que abastece, esto es, resaltar la capacidad creativa y adopción de tecnología de acuerdo al medio.

Aquellos que resaltan la escasa información tecnológica que caracterizan algunas actividades de pequeña escala.

Las MYPES, a través de los años, han incrementado su participación en los diferentes sectores productivos; y hoy en día, constituyen uno de los motores principales de la actividad económica, brindando empleo y suscitando el crecimiento y desarrollo económico en nuestro país.

Clasificación de las Microempresas

Según Gómez, (2016). Dentro de la gran cantidad de microempresas que existen y operan; éstas se dividen en distintos rubros, concentrándose en las siguientes áreas:

Según su actividad:

- Producción: Estas son aquellas que producen artículos a menos escala y los venden a intermediarios, o al consumidor final.
- Comercio: Estas son aquellas que se dedican a la compraventa, compran productos las cuales venden.
- Servicio: Estas son aquellas que realizan un trabajo o prestan servicios a otras empresas.

Por otro lado, las microempresas se pueden clasificar según la potencialidad, capacidad de crecimiento o de desarrollo.

- Microempresa de subsistencia: Estas son unidades económicas situadas bajo los niveles de acumulación, que no han logrado reproducir y/o retener excedente económico necesario para generar un capital o para reproducir el proceso de producción sino más bien se limitan a remunerar el trabajo.
- Microempresa de acumulación simple: Son aquellas que logran retener los excedentes generados en el proceso productivo, donde escasamente se garantiza reproducir el proceso de reproducción. Posee escasa capacidad de ahorro.
- Microempresa de acumulación ampliada: Son aquellas que logran tener los excedentes generados en el proceso productivo, con un grado tal que este nivel abarca a las pequeñas empresas propiamente tales, que en su mayoría disponen de personal y cuyos dueños generalmente poseen educación superior.

Según la propiedad del capital:

- Unipersonales: El dueño es una sola persona
- Asociativa: Cuando son dos o más personas.

Según la cantidad de funciones:

- De función por copia: El bien o servicio ya está en el mercado.
- De producción innovadora: Produce nuevos bienes o servicios o le introduce alguna modificación que lo hace diferente al existente.

El empresario representante de la Micro y Pequeña empresa

Según Estrada, (2015). Las etapas de vida de cualquier individuo con el oficio de empresario de pequeña empresa transcurren de la siguiente manera:

- Idear: Crear en la mente un producto o servicio susceptible de ser llevado a la práctica.
- Planear: Investigar, estudiar y diseñar todos los componentes de la empresa.
- Establecer: Construir y aplicar tangiblemente lo planeado sobre la empresa.

- Arrancar: Dar inicio formal a las actividades y operaciones de la empresa.
- Dar seguimiento: Reaccionar a las dinámicas cotidianas en las operaciones de la empresa, así como vivir los ajustes a los planes originales a consecuencia de lo perfectible de ellos.
- Operar de forma sostenible: Mantener las actividades y operaciones cotidianas de la empresa durante un período prolongado de tiempo.
- Lograr una buena rentabilidad: Calcular y hacer generar recurrentemente a la empresa utilidades netas superiores a las esperadas, en proporción a la inversión.
- Ser empresario por oficio: Ser capaz de desarrollar más de una empresa formal y rentable durante un período prolongado de tiempo.

Gerencia y excelencia en el Servicio

Gerencia del servicio

Es un proceso de generar demanda y fidelización de los clientes, mediante estrategias, técnicas, metas, evaluaciones, por ejemplo, brindando productos de buena calidad, a un costo accesible.

Excelencia en el servicio

La excelencia consiste en conocer, satisfacer y sorprender a los clientes, la excelencia solo es posible cuando la satisfacción de las expectativas del cliente ha sido superada.

Elementos del servicio al cliente

- Mayor lealtad de los clientes actuales
- Imagen y reputación de la empresa
- Clientes potenciales
- Incremento de ventas
- Mayores ingresos y rentabilidad
- Atención
- Amabilidad
- Simpatía

- Servicio
- Calidad
- Precios competitivos

Estrategias para brindar un Servicio con Calidad

- Crear procesos amables para el cliente, satisfacer las expectativas y necesidades del cliente.
- Crear una cultura del servicio, reducir costos y ampliar beneficios.
- Poder decidir y ofrecer más que la competencia actual.
- Agregar valor al servicio.

Servicio al Cliente

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministro con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Principios básicos del servicio:

- Actitud del servicio.
- Satisfacción del cliente.
- Toda actividad se sustenta sobre la base ética.
- Carácter transitorio, inmediatista y variable de los servicios, requieren una actitud positiva dinámica y abierta.
- El buen servicio es quien dentro de la empresa se encuentra satisfecho y lo estimula a servir con gusto a sus clientes.

Importancia del Servicio al Cliente

Es muy importante saber aprender la manera en como dirigimos hacia un cliente, ya que lo que se vende es la imagen de la empresa, el cual debe ser representado de una buena manera ante los ojos del cliente para que ellos se interesen en lo que la empresa pueda brindarles. El objetivo de toda empresa es que su marca sea reconocida en el mercado, para eso se debe capacitar y motivar a sus empleados, ya que ellos son los que están al contacto

directo con el cliente, y quienes deben brindar una buena calidad de servicio; aprender a escuchar las inquietudes, es una de las estrategias del servicio, ya que la opinión del cliente juega un papel muy importante que pueda contribuir en el desempeño de la empresa.

Poder satisfacer las necesidades del cliente es otra variable de gran importancia, ya que, si el cliente recibe una buena atención, recomendará a otras personas y así la empresa pueda llegar a expandirse en el mercado.

Componentes básicos del Buen Servicio

- Seguridad: Brindar al cliente cero dudar en el servicio, para que el cliente se sienta feliz de haber confiado en una empresa.
- Credibilidad: Demostrar al cliente confianza y honestidad al brindarle un producto o servicio, cumplir con lo prometido.
- Comunicación: Mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje comprensible y sencillo, donde el cliente comprenda fácilmente.
- Comprensión: Saber escuchar al cliente con atención, brindándole confianza, de tal forma que se pueda expresar.
- Accesibilidad: La empresa debe tener vías de contacto con el cliente, ya que es físicamente como: buzones de sugerencia, quejas y reclamos, y también en el sitio web, para crear relaciones que permitan sacarle provecho a lo que se está realizando mal.
- Cortesía: Ser amables, respetuosos y cordiales con los clientes, brindándoles un buen trato y gran atención.
- Capacidad de respuesta: Disposición de ayudar siempre al cliente y proveerlos de un servicio rápido y oportuno, que sea grato para ellos.
- Fiabilidad: Es a la capacidad de la empresa de ejecutar el servicio de forma fiable, sin tener ningún tipo de problemas. Mostrando seguridad al cliente.
- Elementos tangibles: Mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal y material adecuado, que permitan acercarnos al cliente.

2.3. Marco Conceptual

Gestión de calidad

La Gestión de Calidad es importante porque logra que todas las personas conozcan su labor y emprenda a mejorar, superando todos los objetivos que se propongan.

Gestión Empresarial

La Gestión Empresarial son las medidas que se llevan a cabo en cada organización (empresa) con la finalidad de lograr su objetivo finalizado, para esto una persona encargada (gerente), debe guiar a sus empleadores con una buena gestión organizacional, por ejemplo debe contar con un buen liderazgo y control, ya que el líder tiene a su cargo toda la responsabilidad de conseguir los resultados planificados de manera muy eficiente y así hacer que la empresa crezca tanto económicamente como potencialmente.

Micro y Pequeña Empresa

Son muy importantes las MYPES ya que, gracias a ello, generan empleos para la población, de tal manera que se pueda combatir la pobreza, dando oportunidades a todos los ciudadanos del país para que se desarrollen socialmente y económicamente.

Recursos Humanos

Son el conjunto de personas o trabajadores que conforman una organización, lo cual desempeñan una labor importante, ya que ellos se encargan de ejecutar y desarrollar las actividades que se realizan dentro de la empresa, para un buen funcionamiento y generar un alto crecimiento de desarrollo en la organización.

Clientes

Un cliente es un comprador o consumidores de recursos, ya sea de servicios o de productos, brindados por otra persona, el cual debe asegurarse de satisfacer sus necesidades satisfactoriamente o insatisfactoriamente.

Servicio al Cliente

Es un conjunto de recursos que ofrece una empresa a un cliente, con el objetivo de satisfacer sus necesidades, brindándoles productos de buena calidad y a mejores precios, de tal manera que el cliente se fidelice con la empresa y así poder obtener ganancias, ya que un cliente potencial y fidelizado genera un alto desarrollo económico dentro de la empresa.

El Gimnasio

Un gimnasio es un establecimiento que permite realizar diferentes actividades físicas, asisten todo tipo de personas de diferentes edades, para energizar su cuerpo, ya que el ejercicio es beneficioso para la salud, y nos ayuda a estar siempre activas, logrando así tener un buen aspecto físico, y también aspectos psicológicos, lo cual se convierte en un estilo de vida donde se comparte con otras personas favoreciendo las relaciones sociales. Hoy en día los gimnasios atraen a las personas, gracias a la innovación de sus áreas que son llamativas, los cuales sus rutinas siempre van acompañadas de música para distraerse y así poder amenizar las clases de ejercicios.

Actualmente, en Perú podemos encontrar muchas variedades de ofertas de gimnasios que ofrecen paquetes para todo gusto y bolsillo de las personas.

La ocupación de gimnasios alcanza un crecimiento de 20% anual. “Hace dos años se decía que en Perú había unos mil gimnasios. Para el 2016 había unos 1,200 para todo el Perú. Este año las cadenas grandes siguen abarcando la mayoría del mercado”, indicó (Olazo, 2017).

Por ello, montar un gimnasio es un negocio en auge, aunque conviene tener en cuenta que requiere invertir en el local, máquinas y personal especializado. Además, como se señala en este reportaje de Eroski Consumer, a pesar de ser un negocio rentable, hay que estudiar previamente cuestiones como la competencia o qué tiempo de clientela acudirá para que la empresa culmine en éxito. (Gómez, 2016).

Conviene tener, por lo tanto, en cuenta, estos siete factores:

- Estudiar la competencia
- Escoger bien la situación y clientela
- Contar con espacio suficiente
- Tener instalaciones y máquinas adecuadas
- Adecuarse a diferentes tipos de clientes
- Monitores (personal trainer)
- Contar con las últimas novedades

Además, conviene tener estos puntos a la hora de abrir un gimnasio:

- Modernización
- Orden
- Cercanía
- Taquillas accesibles
- Limpieza
- Ambiente

III. HIPÓTESIS

No se plantea hipótesis en el presente trabajo de investigación titulado “Gestión de Calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017”, por tratarse de una investigación de tipo descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

En el presente estudio de investigación se utilizó el diseño NO EXPERIMENTAL- TRANSVERSAL- DESCRIPTIVA

Fue no experimental, porque se realizó sin ser manipulada deliberadamente la variable Gestión de Calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, lo cual el estudio se presentó de acuerdo a la realidad, sin modificación alguna.

Fue transversal, porque el estudio sobre Gestión de Calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017 se realizó en un espacio de tiempo determinado, lo cual también se sabrá el inicio (año 2017) y el final de toda la investigación.

Fue descriptivo, porque solo se describió las características de la variable Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017.

4.2. Población y Muestra

Población

La población de la investigación estuvo conformada por 05 micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro gimnasios, ubicados en casco urbano de la ciudad de Chimbote 2017.

Muestra

Para la muestra se tomó el total de la población de la presente investigación, debido al tamaño de la población, por lo que no fue necesario realizar un proceso de muestreo. Información obtenida por la Municipalidad de Chimbote.

4.3. Definición y operacionalización de la Variable

Variable	Definición Variable	Dimensión	Indicadores	Medición
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las Mype	Son personas con actitud y aptitud que tienen una idea de negocio en mente y quieren cumplirlos arriesgándose y aprovechando toda oportunidad que se les presente, y así poder alcanzar sus mayores logros.	Edad	a) 18 – 30 b) 31 – 50 c) 51 – más	Razón
		Sexo	a) Masculino b) Femenino	Nominal
		Grado de Instrucción	a) Sin instrucción b) Educación básica c) Superior no universitaria d) Superior universitaria	Ordinal
		Cargo que desempeña	a) Dueño b) Administrador	Nominal
		Tiempo que desempeña en el cargo	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Razón

Variable	Definición Variable	Dimensión	Indicadores	Medición
Perfil de las Micro y Pequeñas Empresas	Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Tiempo de permanencia de la empresa en el mercado	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Razón
		Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores	Razón
		Personas que trabajan en la empresa son:	a) Familiares b) No familiares c) Ambos	Nominal
		Objetivo de la empresa	a) Generar ganancia b) Subsistencia	Nominal

Variable	Definición Variable	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad	Conjunto de normas correspondientes, planificadas, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad.	Conocer el término Gestión de Calidad	a) Si b) No c) Tengo cierto conocimiento	Nominal
		Técnicas de Gestión de Calidad	a) Benchmarking b) Atención al cliente c) Empowerment d) Las 5 s e) Outsourcing f) Otros g) Ninguno	Nominal
		Dificultades en 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	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	a) La observación b) La evaluación c) Escala de puntuaciones d) Evaluación de 360° e) Otros	Nominal
		Gestión de Calidad contribuye al rendimiento del negocio	a) Si b) No	Nominal
		Gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos de la empresa	a) Si b) No c) A veces	Nominal

Variable	Definición Variable	Dimensión	Indicadores	Medición
Atención al Cliente	Es una útil herramienta estratégica del marketing que nos permite la comprensión del cliente en el pasado, presente y futuro de la organización, lo cual es de interés fundamental y clave para el éxito o fracaso de la empresa.	Conoce el término Atención al Cliente	a) Si b) No c) Tengo cierto conocimiento	Nominal
		Aplica Gestión de Calidad en el servicio	a) Si b) No c) A veces	Nominal
		La atención al cliente es fundamental	a) Si b) No	Nominal
		Herramientas que se utiliza para un servicio	a) Comunicación b) Confianza c) Retroalimentación d) Ninguno	Nominal
		Factores que brinda para la calidad al servicio	a) Atención personalizada b) Rapidez en la entrega de productos c) Las instalaciones d) Ninguno	Nominal
		Atención que brinda al cliente	a) Buena b) Regular c) Malo	Nominal
		Considera que brinda una mala atención	a) No tiene suficiente personal b) Mala organización de los trabajadores c) Si brinda buena atención	Nominal
		Resultados logrados brindando buena atención	a) Clientes satisfechos b) Fidelización de clientes c) Posicionamiento de la empresa d) Incremento en ventas	Nominal

4.4. Técnicas e Instrumentos

La técnica que se utilizó, para recolectar información fue la encuesta porque se recolectó información de todas las mypes en estudio, como datos y opiniones de las personas.

El instrumento que se utilizó para registrar la información fue el cuestionario ya que es un conjunto de preguntas realizadas con el mayor cuidado, sobre aspectos de la empresa, el empresario y la variable de estudio: atención al cliente.

4.5. Plan de Análisis

Para el presente estudio se utilizó los programas de Microsoft Word, Microsoft Excel para el procesamiento de datos, la presentación en tablas y gráficas y el análisis estadístico, y así poder procesar los datos recolectados del estudio de investigación.

4.6. Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población Y Muestra	Métodos Y Diseños	Técnica Instrumentos
<p>¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro gimnasios, en el casco urbano, centro de Chimbote, año 2017?</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Determinar las características de la Gestión de calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro gimnasios, en el casco urbano, centro de Chimbote, año 2017.</p> <p>ESPECIFICO:</p> <p>Determinar las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017.</p> <p>Determinar las características de las Micro y Pequeñas empresas, sector servicios, rubro gimnasios, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017.</p> <p>Determinar las características de la Gestión de Calidad bajo el modelo de atención al Cliente de las Micro y Pequeñas empresas de la ciudad de Chimbote, 2017</p>	<p>Gestión de Calidad bajo el modelo de Atención al Cliente</p>	<p>Población Muestra:</p> <p>La población muestral estuvo determinada por 5 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, en el casco urbano, centro de Chimbote.</p>	<p>Diseño de la Investigación:</p> <p>Se utilizó el diseño NO EXPERIMENTAL- TRANSVERSAL- DESCRIPTIVA</p> <p>Fue no experimental, porque se realizó sin ser manipular deliberadamente la variable Gestión de Calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, lo cual el estudio se presentó de acuerdo a la realidad, sin modificación alguna.</p> <p>Fue transversal, porque el estudio sobre Gestión de Calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017 se realizó en un espacio de tiempo determinado, lo cual también se sabrá el inicio (año 2017) y el final de toda la investigación.</p> <p>Fue descriptivo, porque solo se describió las características de la variable Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017.</p>	<p>Técnica encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

4.7. Principios Éticos

En este estudio de investigación se ha utilizado principios éticos, tales como:

Confiabilidad: porque la información que nos brindó los representantes de las micro y pequeñas empresas fueron totalmente confidenciales, con el fin de obtener unos buenos resultados.

Honestidad: porque el estudio de investigación se realizó con datos reales, que nos proporcionaron los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Compromiso: porque el proyecto se realizó con esmero y mucho empeño para así poder conseguir buenos resultados en la investigación.

Responsabilidad: porque se comprometió y se cumplió con el trabajo de estudio de investigación favorablemente, cumpliendo con todo lo propuesto.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados:

Tabla 1

Características del representante de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chiclayo, 2017.

Datos Generales	N	%
Edad		
18 – 30 años	0	0.0
30 – 50 años	5	100.0
51 a más años	0	0.0
TOTAL	05	100.0
Género		
Masculino	4	80.0
Femenino	1	20.0
TOTAL	05	100.0
Grado de Instrucción		
Sin instrucción	0	0.0
Primaria	0	0.0
Secundaria	0	0.0
Superior no universitario	0	0.0
Superior universitaria	5	100.0
TOTAL	05	100.0
Cargo que desempeña		
Dueño	1	20.0
Administrador	4	80.0
TOTAL	05	100.0
Tiempo que desempeña el cargo		
0 a 3 años	2	40.0
4 a 6 años	1	20.0
7 a más años	2	40.0
TOTAL	05	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en casco urbano de la ciudad de Chiclayo.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro gimnasio del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017.

De la Empresa	N	%
Tiempo de permanencia de la empresa del rubro		
0 a 3 años	2	40.0
4 a 6 años	1	20.0
7 a más años	2	40.0
TOTAL	05	100.0
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	4	80.0
6 a 10 trabajadores	1	20.0
11 a más trabajadores	0	0.0
TOTAL	05	100.0
Las personas que trabaja en su empresa son:		
Familiares	0	0.0
No familiares	4	80.0
Ambos	1	20.0
TOTAL	05	100.0
Objetivo de creación		
Generar ganancia	5	100.0
Subsistencia	0	0.0
TOTAL	05	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del Rubro Gimnasios en casco urbano de la ciudad de Chimbote.

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad bajo el modelo de Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas empresas del rubro gimnasios del caso urbano de la Ciudad de Chimbote, 2017.

Gestión de Calidad en la atención al Cliente	N	%
Conoce el término de Gestión de Calidad		
Si	5	100.0
No	0	0.0
Tiene poco conocimiento	0	0.0
TOTAL	05	100.0
Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:		
Benchmarking	1	20.0
Atención al Cliente	4	80.0
Empowerment	0	0.0
Las 5 C	0	0.0
Outsourcing	0	0.0
Otros	0	0.0
TOTAL	05	100.0
Dificultades para la implementación de gestión de calidad		
Poca iniciativa	1	20.0
Aprendizaje lento	4	80.0
No se adapta a los cambios	0	0.0
Desconocimiento del puesto	0	0.0
Otros	0	0.0
TOTAL	05	100.0
Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce		
La observación	1	20.0
La evaluación	2	40.0
Escala de puntuaciones	2	40.0
Evaluación de 360°	0	0.0
Otros	0	0.0
TOTAL	05	100.0

Continúa...

Tabla 3

Características de la gestión de Calidad bajo el modelo de Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas empresas del rubro gimnasio del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017.

Gestión de Calidad en la atención al Cliente	N	%
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	5	100.0
No	0	0.0
TOTAL	05	100.0
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa		
Si	5	100.0
No	0	0.0
A veces	0	0.0
TOTAL	05	100.0
Conoce el término atención al cliente		
Si	5	100.0
No	0	0.0
Tengo cierto conocimiento	0	0.0
TOTAL	05	100.0
Aplica la gestión de Calidad en el servicio que brinda a sus clientes		
Si	5	100.0
No	0	0.0
A veces	0	0.0
TOTAL	05	100.0
Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento		
Si	5	100.0
No	0	0.0
TOTAL	05	100.0

Continúa...

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad bajo el modelo de la Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas empresas del rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017.

Concluye.

Gestión de Calidad en la atención al Cliente	N	%
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	2	40.00
Confianza	3	60.00
Retroalimentación	0	0.00
Ninguno	0	0.00
TOTAL	05	100.00
Principales factores que brinda para calidad al servicio		
Atención Personalizada	4	80.0
Rapidez en la entrega de los productos	0	0.0
Las instalaciones	1	20.0
Ninguno	0	0.0
TOTAL	05	100.0
La atención que brinda a los clientes es:		
Buena	5	100.0
Regular	0	0.0
Mala	0	0.0
TOTAL	05	100.0
Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	0	0.0
Por una mala organización de los trabajadores	0	0.0
Si brindan una buena atención al cliente	5	100.0
TOTAL	05	100.0
Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	3	60.0
Fidelización de los clientes	2	40.0
Posicionamiento de la empresa	0	0.0
Incremento de las ventas	0	0.0
TOTAL	05	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del rubro Gimnasios en el casco urbano de la ciudad de Chimbote.

5.2. Análisis de Resultados

TABLA 1

Características del Representante de las Micro y Pequeñas Empresas sector servicio, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017.

El 100% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, tiene de 30 a 50 años (Tabla 1) estos resultados concuerdan con lo encontrado por ANTUNEZ (2017) quien decreta que el 72,7% de los representantes tiene de 31 a 50 años de edad, así mismo coinciden con OCAÑA(2017) el cual manifestó que el 57,1% tiene de 30 a 50 años, también coincide con TORRES (2017) quien determina que el 90% de los representantes tiene entre 29 a 39 años, así mismo coinciden con AYAMBO (2017) quien determina que el 45% de los representantes tienen entre 40 a 50 años de edad, y también por los resultados encontrado por VASALLO (2017) quien menciona que el 69% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre 31 a 50 años de edad. Esto confirma que la mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas tienen entre 30 a 50 años. Esto quiere decir que hoy en día las Micro y Pequeñas empresas están constituidos por personas adultas donde tienen claro sus decisiones para ejercer una empresa y llevarlo hacia el éxito.

El 80% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, son de género masculino (Tabla 1) estos resultados coinciden con lo encontrado por ANTUNEZ (2017) quien menciona que el 63,6% de los representantes son de género masculino y lo obtenido por AYAMBO (2017) quien obtuvo que el 55% son de género masculino, a su vez coinciden con VASALLO (2017) quien menciona que el 61,5% son de género masculino. Pero que contrasta con los resultados obtenidos por TORRES (2017) quien menciona que el 80% son de género femenino, de igual manera con OCAÑA (2017) quien menciona que el 78,6% son de género femenino. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas son de género masculino, quiere decir que hoy en día las Micro y Pequeñas empresas están constituidas por hombres, donde tienen claro sus decisiones y objetivos para una organización que obtenga rentabilidad.

El 100% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, cuentan con estudios universitarios (Tabla 1) estos resultados concuerdan con lo encontrado por ANTUNEZ (2017) quien menciona que el 45,5% cuenta con estudios superiores, también coincide con AYAMBO (2017) quien obtuvo que el 90% tiene grado de instrucción universitaria, a la misma vez coincide con VASALLO (2017) donde determina que el 53,9% tiene grado de instrucción universitaria. Pero que contrasta por lo obtenido por OCAÑA (2017) quien menciona que el 42,9% cuenta con estudios técnicos, de la misma manera con TORRES (2017) donde determina que el 45% cuenta con estudios técnicos. Esto evidencia que la mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas cuentan con estudios universitarios, quiere decir que las personas hoy en día se preparan para obtener mayor conocimiento y así tener experiencia de cómo administrar un negocio lo cual podrá lograr una empresa mucho más competitiva.

El 80% de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios de la ciudad de Chimbote, 2017, ocupan el cargo de administradores (Tabla 1) estos resultados coinciden con lo encontrado por TORRES (2017) quien obtuvo que el 30% de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas ocupan el cargo de administradores. Pero que contrasta por lo obtenido por AYAMBO (2017) quien extrajo que el 45% de los representantes son profesores, de tal manera contrapone con VASALLO (2017) quien obtuvo que el 76,9% de los representantes son dueños. Esto manifiesta que la mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas ocupan el cargo de administradores, quiere decir que hoy en día los administradores son el pilar de toda empresa ya que ellos deben tener la capacidad de tomar buenas decisiones para alcanzar los objetivos planteados por la empresa.

El 40% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, tiene como tiempo que cumple en el cargo de 0 a 3 años, como también el 40% que cumple en el cargo es de 7 años a más (Tabla 1) estos resultados concuerdan con lo obtenido por VASALLO (2017) quien determina que el 69,2% tiene como tiempo que desempeña en el cargo es de 7 años a más. Esto quiere decir

que actualmente las Micro y pequeñas empresas tiene más tiempo en el mercado gracias a una buena atención.

TABLA 2

Características de las Micro y Pequeñas Empresas sector servicio, rubro gimnasio del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017.

El 40% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, tiene como tiempo de creación de 0 a 3 años dentro del rubro y el otro 40% tiene como tiempo de creación más de 7 años (Tabla 2) estos resultados concuerdan con lo encontrado por ANTUNEZ (2017) quien menciona que el 68,2% de las micro y pequeñas empresas tiene de 0 a 3 años dentro del rubro, también concuerda por lo obtenido por VASALLO (2017) quien menciona que el 84,6% de las micro y pequeñas empresas tiene más de 7 años de creación dentro del rubro. Pero que contrapone por lo obtenido por AYAMBO (2017) quien menciona que el 50% tiene de 4 a 6 años dentro del rubro, del mismo modo por TORRES (2017) quien determina que el 40% tiene más de 6 años, de igual manera contrapone por lo obtenido por OCAÑA (2017) quien menciona que el 42,9% tiene entre 1 a 5 años en el rubro. Esto comprueba que la mayoría de las Micro y Pequeñas empresas tiene de 3 a más años en el rubro, quiere decir que hoy en día las Micro y Pequeñas empresas tiene más tiempo de duración en el mercado gracias a una excelente administración.

El 80% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2027, cuentan con 1 a 5 trabajadores dentro de sus negocios (Tabla 2) estos resultados coinciden con lo encontrado por ANTUNEZ (2017) quien menciona que el 63,6% cuentan con 1 a 5 trabajadores en sus negocios, y a la vez concuerda con los resultados obtenidos por OCAÑA (2017) quien obtuvo el 92,9% que cuentan con 1 a 5 trabajadores, así mismo también coinciden con VASALLO (2017) quien determina como resultado el 69,2% que cuenta con 1 a 5 trabajadores. Pero que contrae con los resultados obtenidos por TORRES (2017) quien menciona que el 45% cuenta con más de 6 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y Pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores dentro de sus negocios, quiere decir que hoy en día las

empresas se están posicionando dentro del mercado y a su vez necesitan de más personal para una buena atención y así poder fidelizarlos.

El 80% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, no son familiares que trabajan en la empresa (Tabla 2) estos resultados contraen por lo obtenido por VASALLO (2017) quien obtuvo que el 61,5% que las personas que trabajan en su empresa son familiares. Esto demuestra que las Micro y Pequeñas empresas prefieren contratar personas que no sean familiares ya que así se puede evitar problemas conyugales y eso afectaría al negocio.

El 100% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, su objetivo de creación es generar ganancia (Tabla 2) estos resultados concuerdan con OCAÑA (2017) quien menciona que el 35,7% de su objetivo de creación es generar ganancia, de igual manera por VASALLO (2017) que obtuvo como resultado que el 100% es generar ganancia y aprovechar oportunidades. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y Pequeñas empresas su objetivo de creación es obtener ganancias, quiere decir que las empresas crean su negocio con el fin de obtener beneficios y con ello generar ganancia de dinero.

TABLA 3

Características de la Gestión de Calidad bajo el modelo de Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas empresas del rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017.

El 100% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, si conoce el término gestión de calidad (Tabla 3) estos resultados concuerdan con ANTUNEZ (2017) quien menciona que el 59,1% si conocen el término gestión de calidad, de igual manera concuerdan con VASALLO (2017) quien determina que el 92,3% conoce el término gestión de calidad. Pero que contrapone con los resultados obtenidos por AYAMBO (2017) quien determina que el 45% está por implementar la gestión de calidad en su establecimiento. Esto quiere decir que la mayoría de las Micro y Pequeñas empresas si conocen el término de gestión de calidad, quiere dar a conocer que actualmente las empresas se informan para poder proporcionar una buena estructura y así hacer las cosas de manera adecuada, eficiente y efectiva.

El 80% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, utiliza la técnica atención al cliente (Tabla 3) estos resultados concuerdan con lo encontrado por VASALLO (2017) quien determina que el 100% utiliza la técnica al cliente, pero que contrae por lo obtenido por ANTUNEZ (2017) quien menciona que el 40,9% utiliza la técnica de mejora continua, del mismo modo contrae con los resultados obtenidos por OCAÑA (2017) quien determina que el 64,3% utiliza la técnica del benchmarking. Esto quiere decir que las empresas usan técnicas modernas de gestión al cliente para llevar un buen control de su negocio y un plan bien organizado.

El 80% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, tiene como dificultad el aprendizaje lento (Tabla 3) estos resultados concuerdan con lo encontrado por VASALLO (2017) quien determina que el 1,5% tiene como dificultad el aprendizaje lento. Esto demuestra que las Micro y Pequeñas empresas tiene un aprendizaje lento, quiere decir que algunas empresas no adquieren cambios en su comportamiento y no reorganizan su pensamiento sobre gestión de calidad y no hacen el esfuerzo de informarse o investigar.

El 40% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017. Utiliza la técnica de evaluación y el otro 40% utiliza la técnica de puntuaciones (Tabla 3). Pero que contrae con lo obtenido por VASALLO (2017) quien determina que el 69,2% utiliza la técnica de la observación. Esto demuestra ya que es una herramienta imprescindible el cual permitirá detectar las fuerzas y debilidades para así poder potencializar su aprovechamiento en la empresa.

El 100% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, si reconoce que contribuye al rendimiento del negocio (Tabla 3) estos resultados concuerdan con lo encontrado por VASALLO (2017) que menciona que el 93,3% reconoce que hoy en día las empresas hacen un buen funcionamiento acerca de la gestión de calidad para que el negocio surja adecuadamente y se tenga un buen control sobre los productos o servicios que se brinda con ayuda de una normativa adecuada.

El 100% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, si acepta que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos (Tabla 3) estos resultados concuerdan con lo encontrado por VASALLO (2017) quien menciona que el 84,6% si acepta que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos. Esto demuestra que las empresas actualmente hacen el esfuerzo de informarse sobre gestión de calidad para que así obtengan unos buenos resultados y logren alcanzar sus objetivos como empresa.

El 100% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del caso urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, si conoce el término atención al cliente (Tabla 3) estos resultados concuerdan con lo encontrado por VASALLO (2017) que determina que el 100% si conocen el término atención al cliente. Esto quiere decir que las Micro y Pequeñas empresas están formándose sobre todas las técnicas que se debe usar para una buena atención al cliente implementando estrategia para fidelizar a los clientes.

El 100% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, si aplica gestión de calidad en sus servicios (Tabla 3) estos resultados concuerdan con lo encontrado por VASALLO (2017) que menciona que el 100% si aplica gestión de calidad, de tal manera concuerdan con los resultados obtenidos por OCAÑA (2017) que menciona que el 100% si aplica gestión de calidad en sus servicios, de tal manera concuerdan con los resultados obtenidos por CANO (2017) que menciona que el 80% si aplica gestión de calidad. Esto quiere decir que las Micro y Pequeñas empresas son conscientes que la gestión de calidad es un conjunto de acciones que son necesarias para proporcionar confianza al cliente.

El 100% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, si cree que una buena atención es fundamental para el negocio (Tabla 3) estos resultados concuerdan con lo encontrado por VASALLO (2017) quien menciona que 100% si cree que una buena atención al cliente es fundamental para el negocio. Esto quiere decir que las Micro y Pequeñas empresas hoy en día se esfuerzan por dar una buena atención al cliente y así generar confianza, para que el cliente regrese nuevamente al establecimiento.

El 60% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, utiliza la herramienta de retroalimentación para un servicio de calidad (Tabla 3) esto quiere decir que las Micro y Pequeñas empresas hoy en día utilizan diferentes herramientas con el fin de adecuarlas a su negocio y a su vez crezcan de manera eficiente.

El 80% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, utiliza la atención personalizada como factor principal (Tabla 3). Pero que contrasta los resultados obtenidos por ANTUNEZ (2017) en el cual manifestó que el 50% utiliza la innovación de sus productos como factor principal. Esto quiere decir que las empresas se orientan más por brindar una buena atención a sus clientes, dándole la confianza necesaria y brindándoles productos de calidad.

El 100% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, brindan una buena atención a sus clientes (Tabla 3) estos resultados concuerdan con VASALLO (2017) que menciona que el 53,9% también brinda muy buena atención a todos sus clientes. Esto quiere decir que las Micro y pequeñas empresas están tomando conciencia que uno de los factores más importantes es la buena atención al cliente, ya que todos los clientes merecen recibir un trato cordial, atento y servicial.

El 100% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, brinda una buena atención a sus clientes (Tabla 3). Pero que contrasta con los resultados obtenidos por VASALLO (2017) quien determina que el 61.5% considera que no está dando una buena atención debido a una mala organización de los trabajadores. Esto quiere decir que actualmente a las empresas le importa más brindar una buena atención, ya que la competencia es cada vez mayor y los productos ofertados son muy variados.

El 60% de las Micro y Pequeñas empresas sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2017, ha logrado clientes satisfechos (Tabla 3). Pero que contrapone con TORRES (2017) que menciona que el 35% ha logrado posicionamiento, de igual manera contrasta con AYAMBO (2017) que determina que el 40% ha logrado menos quejas. Esto quiere decir que las Micro y Pequeñas empresas actualmente personaliza su atención hacia el cliente dando solución a sus dudas y transmitiendo confianza a sus clientes.

VI. CONCLUSIONES

6.1. Conclusiones

La mayoría relativa de los representantes de la gestión de calidad bajo el modelo de atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas, rubro gimnasios, en el casco urbano, centro de Chimbote, año 2017. Están siendo gestionadas por administradores con la edad entre 30 a 50 años, y tiene grado de instrucción, son dirigidas por hombres, que desempeña el cargo por años, y que la mayoría tiene estudio superior universitario, esto indica que la mayoría de estas Micro y pequeñas empresas están siendo ejecutadas por personas adultas, en su mayoría son de género masculino.

La totalidad de las características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas de la gestión de calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro gimnasios, es el casco urbano, centro de Chimbote, 2017, tiene más de 7 años de permanencia en el mercado, tiene como objetivo generar ganancia, y la mayoría de la Micro y Pequeñas empresas tiene entre 1 a 5 trabajadores en su empresa, los cuales en su mayoría no son familiares, llevan más de 3 años en el rubro, así mismo la totalidad crearon su empresa para obtener ganancias, la totalidad de estas Micro y Pequeñas empresas tiene muchos años desempeñándose en el rubro formándose para alcanzar rentabilidad que es el objetivo de toda empresa y así poder seguir operando, por eso es necesario la contratación de un determinado número de trabajadores para una buena atención personalizada.

La totalidad de las características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas de la gestión de calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresa, rubro gimnasios, en el casco urbano centro de Chimbote, año 2017, tiene como totalidad el conocimiento del término gestión de calidad, en su mayoría utiliza la técnica atención al cliente, tiene como dificultad el aprendizaje lento, en su mayoría la técnica que utiliza es la escala de puntuaciones y la otra mayoría relativa utiliza la técnica de evaluación para los empleados, así mismo su totalidad reconoce que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, es por eso que se logra alcanzar sus objetivos gracias a la gestión de calidad. En cuanto la atención al cliente, ya que es fundamental de las MYPES tiene como prioridad el buen trato al cliente, ya que es

fundamental para el negocio y así lograr clientes satisfechos, brindando una atención personalizada, así mismo se utiliza herramientas de retroalimentación para su servicio de calidad.

REFERENCIAS

- Antúnez, 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”*. HUARMEY: ULADECH-Católica, recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043053>
- Ayambo, E. (2017). *“Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, colegios particulares, en el distrito de Calleria, año 2017”* PUCALLPA: ULADECH-Católica, recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044823>
- Calderón, N. (2002). *Teoría y elementos del Servicio al Cliente*. Gestipolis. Recuperado el 06 de julio 2017, de: <https://www.gestipolis.com/teoria-y-elementos-del-servicio-al-cliente/>
- Cano, D. (2017). *“Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: caso restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarmey, 2016”*. CHIMBOTE: ULADECH-Católica, recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044119>
- Congreso de la Republica, (2003). Ley 28015 de Promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Recuperado de: http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
- Estrada, E (2015) *“Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro lubricantes de la av. Pardo cdra. 11 del distrito de Chimbote, 2013”* CHIMBOTE: ULADECH-Católica, recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1926>

- Gregorio, A. (2003) *Concepto de Gestión*. Recuperado el 05 de Julio de 2017, de <http://www.laplazahumana.com/mod%202/mod%202%20tema%201.pdf>
- Gómez, L. (2016) *El Funcionamiento de una Microempresa*. Recuperado de: http://fundemicroempresa.blogspot.com/2016/02/como-se-clasifican-las-microempresas_21.html
- Maldonado, J. (2011) *Fundamentos de Calidad*. Recuperado el 05 de Julio de 2017, de http://www.eumed.net/librosgratis/2011f/1117/administrar_calidad.html
- Mateo, R (2009). *Sistema de Gestión de Calidad*. Recuperado el 05 de Julio de 2017, de <http://qualitytrends.squalitas.com/index.php/item/108-sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i>
- Norma ISO 9001. (s.f.). *Beneficios del Sistema de Gestión de Calidad*. Recuperado, de <http://abc-calidad.blogspot.pe/2010/04/beneficio-que-aporta-un-sistema-de.html>
- Olazo, R (2017). Aumento de ofertas de servicios complementarios en los gimnasios. *Gestión*. Recuperado de: <https://gestion.pe/tendencias/gimnasios-han-aumentado-oferta-servicios-complementarios-135612>
- Ocaña, K. (2017). “*Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, año 2016*”. TRUJILLO: ULADECH-Católica <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045559>
- Servicio al Cliente (s.f.). *Concepto del Servicio al Cliente*. Recuperado de: <http://atiendacomoyo.blogspot.pe/>
- Torres, G. (2017). “*Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017*”. PUCALLPA: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044822>

Vasallo, T. (2017). *“Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016”*. CHIMBOTE: ULADECH-Católica
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045633>

Vásquez, J. C. (24 Septiembre 2013). *Importancia de las Mypes en el Perú*. Pymes Peruanas. Recuperado de: <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Título	X														
Contenido		X													
Introducción			X												
Planeamiento de la investigación				X											
Planteamiento del problema					X										
Caracterización del Problema					X										
Enunciado					X										
Objetivos de la Investigación						X									
Justificación de la Investigación						X									
Marco Teórico y Conceptual							X	X							
Antecedentes							X	X							
Bases Teóricas de la Investigación									X						
Bases Teóricas									X						
Marco Conceptual									X						
Hipótesis									X						
Metodología										X					
Tipo de Investigación										X					
Nivel de Investigación										X					
Diseño de la Investigación										X					
Población y Muestra										X					
Definición y Operacionalización de la Variable											X				
Técnicas e Instrumentos											X				
Plan de Análisis											X				
Matriz de Consistencia Lógica												X			
Principios Éticos												X			
Referencias Bibliográficas													X		
Anexos														X	
Resultado del Proyecto															X

Anexo 2: Presupuesto

a. Bienes

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	
			UNITARIO	TOTAL
Lapiceros	2	unidad	1.00	2.00
USB	2	unidad	30.00	60.00
Cuaderno	1	unidad	2.50	2.50
Impresión	40	unidad	0.30	12.00
Empastado	2	unidades	28.00	56.00
TOTAL			61.80	132.50

b. Servicios

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	
			UNITARIO	TOTAL
Internet	90	horas	1.00	90
Llamadas	30	minutos	0.50	15.00
Copias	20	unidad	0.10	2.00
Impresión	70	unidades	0.30	21.00
Taller de tesis	2	meses	1,050	2,100
TOTAL			1,051.90	2,228.00

FINANCIAMIENTO:

Los recursos serán autofinanciados por el estudiante.

Anexo 3: Cuadro de sondeo

Lista de empresas encuestadas

N°	Razón Social	Dirección	Representante
01	Gym Marco	Prolongación Espinar N° 1128	Marco Silva
02	Buffalo Gym	Jr. Manuel Ruíz N° 387	Keisi Caroline Baca Flores
03	Fitness Club	Jr. Manuel Ruíz N° 479	Anónimo
04	Gym Aventura	Jr. Elías Aguirre N° 181	Anónimo
05	Gym Super Golgym	Jr. Elías Aguirre N° 161	Anónimo

Anexo 4: Encuesta (cuestionario)



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:

“GESTION DE CALIDAD BAJO EL MODELO DE ATENCION AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS – SECTOR SERVICIOS - RUBRO GIMNASIOS DEL CASCO URBANO DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE, 2017”.

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

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

a) 18 – 30 años

c) 51 a más años

b) 31 – 50 años

2. Genero

a) Masculino

b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

1.2. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.
- c) Ambos

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al cliente?

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

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

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

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

21. La atención que brinda a los clientes es:

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

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

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

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

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

Anexo 5: Tabla de tabulación

Preguntas	Respuestas	Tabulación	F.A	F.R (%)
1. Edad	18 – 30 años		0	0.0
	30 – 50 años		5	100.0
	51 a más años		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0
2. Género	Masculino		4	80.0
	Femenino		1	20.0
	TOTAL	05	05	100.0
3. Grado de instrucción	Sin instrucción		0	0.0
	Primaria		0	0.0
	Secundaria		0	0.0
	Superior no universitario		0	0.0
	Supervisor universitaria		5	100.0
	TOTAL	05	05	100.0
4. Cargo que desempeña	Dueño		1	20.0
	Administrador		4	80.0
	TOTAL	05	05	100.0
5. Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años		2	40.0
	4 a 6 años		1	20.0
	7 a más años		2	40.0
	TOTAL	05	05	100.0
6. Tiempo de permanencia de la empresa del rubro	0 a 3 años		2	40.0
	4 a 6 años		1	20.0
	7 a más años		2	40.0
	TOTAL	05	05	100.0
7. Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores		4	80.0
	6 a 10 trabajadores		1	20.0
	11 a más trabajadores		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0
8. Las personas que trabajan en su empresa son	Familiares			
	No familiares		4	80.0
	Ambos		1	20.0
	TOTAL	05	05	100.0
9. Objetivo de creación	Generar ganancia		5	100.0
	Subsistencia		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0

10. Conoce el termino Gestión de Calidad	Si		5	100.0
	No			0.0
	Tiene poco conocimiento			0.0
	TOTAL	05	05	100.0
11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce	Benchmarking		1	20.0
	Atención al cliente		4	80.0
	Empowerment		0	0.0
	Las 5 C Outsourcing		0	0.0
	Otros		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0
12. Que dificultades para la implementación de gestión de calidad	Poca iniciativa		1	20.0
	Aprendizaje Lento		4	80.0
	No se adapta a los cambios		0	0.0
	Desconocimiento del puesto		0	0.0
	Otros		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0
13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce	La observación		1	20.0
	La evaluación		2	40.0
	Escala de puntuaciones		2	40.0
	Evaluación de 360°		0	0.0
	Otros		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0
14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	Si		5	100.0
	No		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0
15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa	Si		4	80.0
	No		1	20.0
	A veces		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0
16. Conoce el termino atención al cliente	Si		5	100.0
	No		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0

17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	Si		5	100.0
	No		0	0.0
	A veces		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0
18. Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento	Si		05	100.0
	No		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0
19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	Comunicación		2	80.0
	Confianza		3	20.0
	Retroalimentación		0	0.0
	Ninguno		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0
20. Principales factores que brinda para la calidad al servicio	Atención personalizada		4	80.0
	Rapidez en la entrega		0	0.0
	Instalaciones		1	20.0
	Ninguno		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0
21. La atención que brinda al cliente es	Buena		5	100.0
	Regular		0	0.0
	Mala		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0
22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente	No tiene suficiente personal		0	0.0
	Por una mala organización		0	0.0
	Si brinda buena atención		5	100.0
	TOTAL	05	05	100.0
23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente	Cliente satisfecho		3	60.0
	Fidelización del cliente		2	40.0
	Posicionamiento		0	0.0
	Incremento de ventas		0	0.0
	TOTAL	05	05	100.0

Anexo 6: Figuras

a) Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas

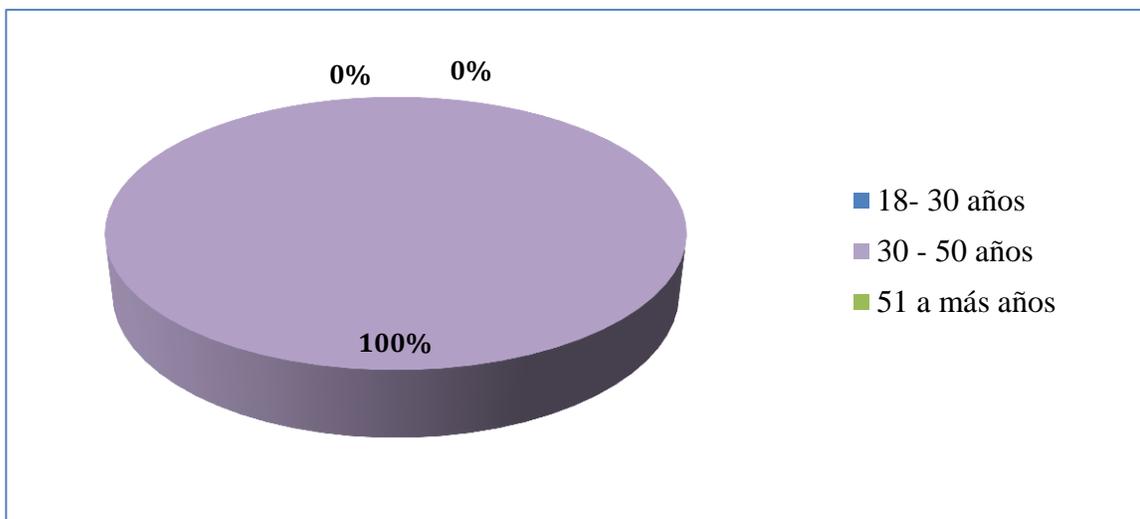


Figura 1. Edad

Fuente. Tabla 1

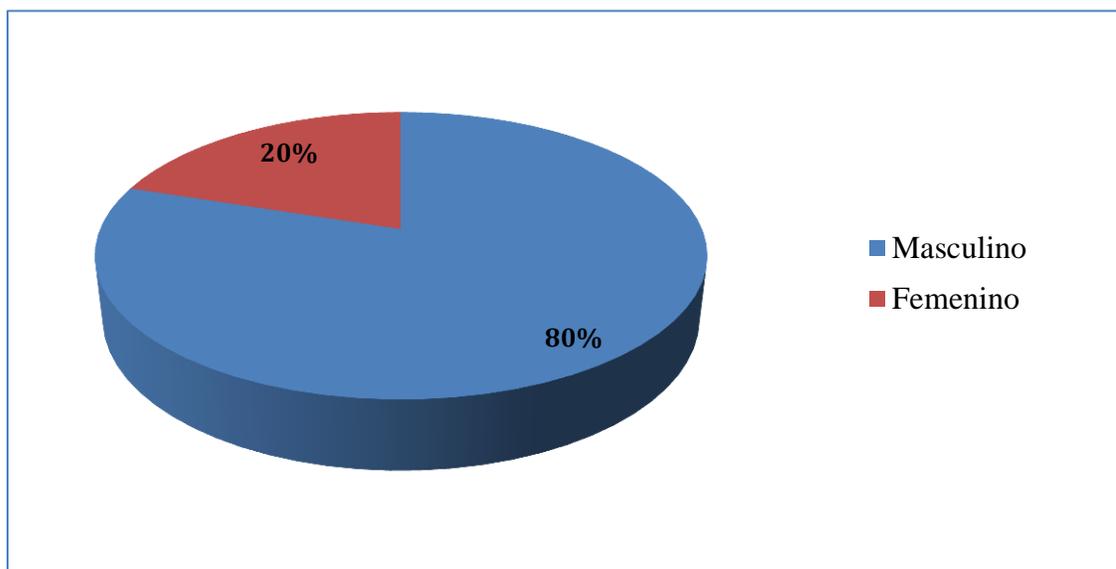


Figura 2. Género

Fuente. Tabla 1

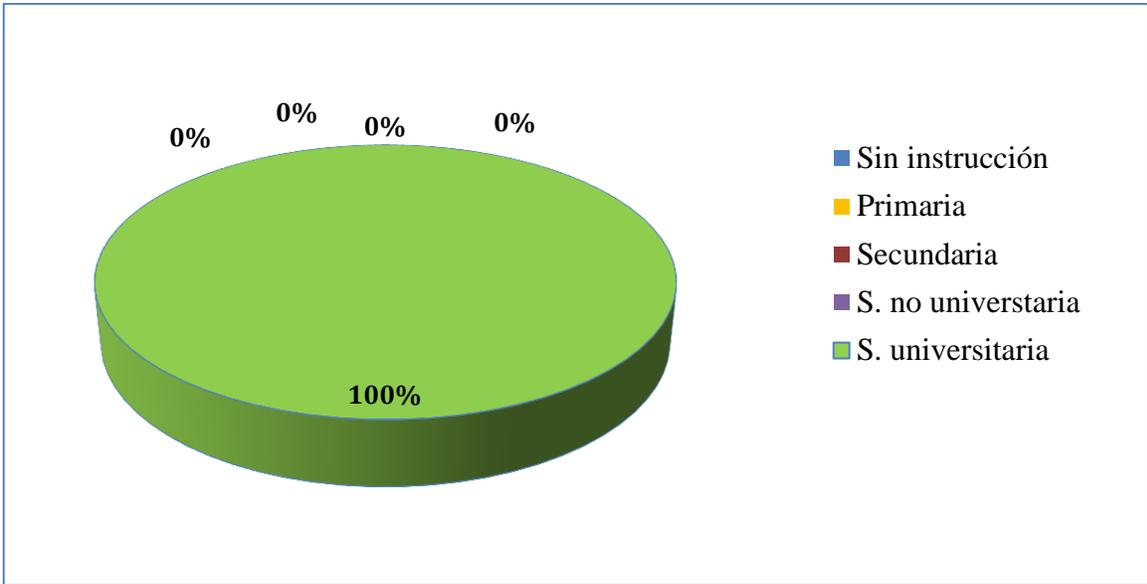


Figura 3. Grado de Instrucción

Fuente. Tabla 1

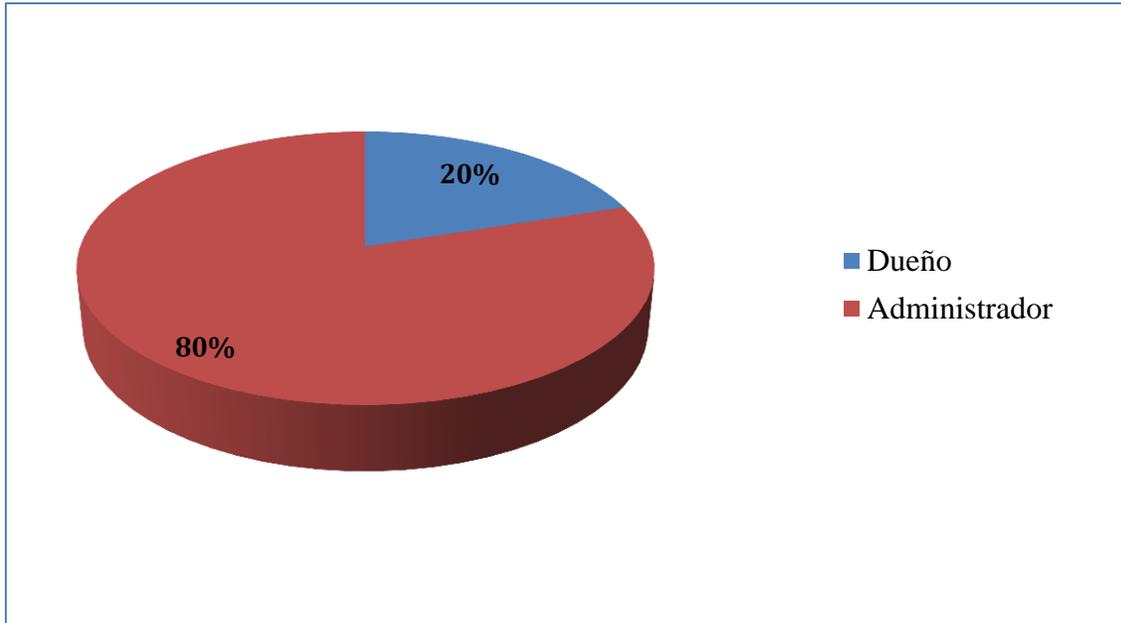


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

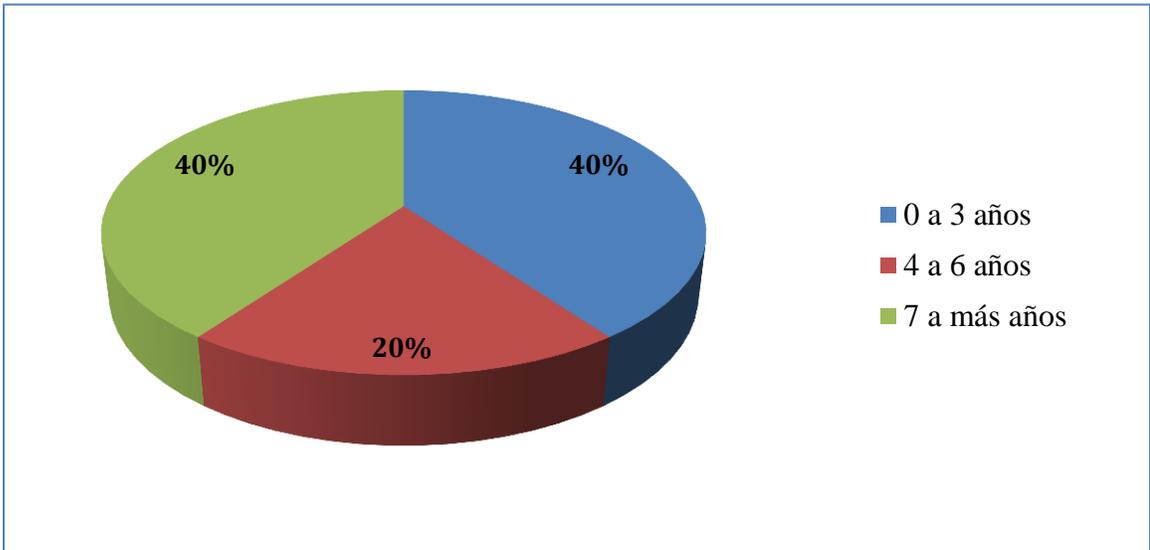


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente. Tabla 1

b) Referente a las características de las micro y pequeñas empresas.

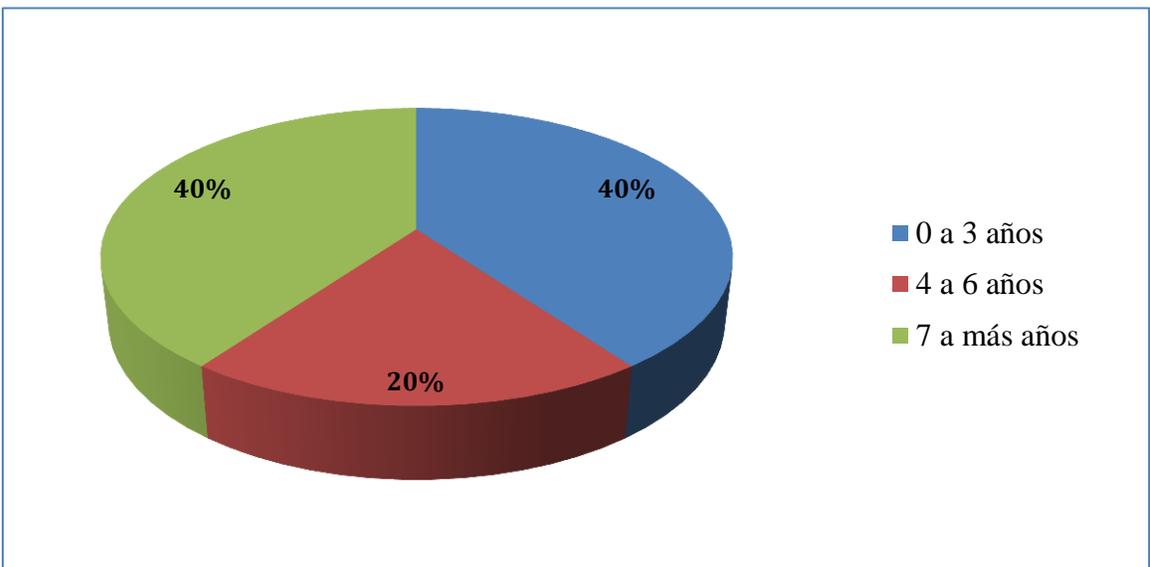


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Fuente. Tabla 2

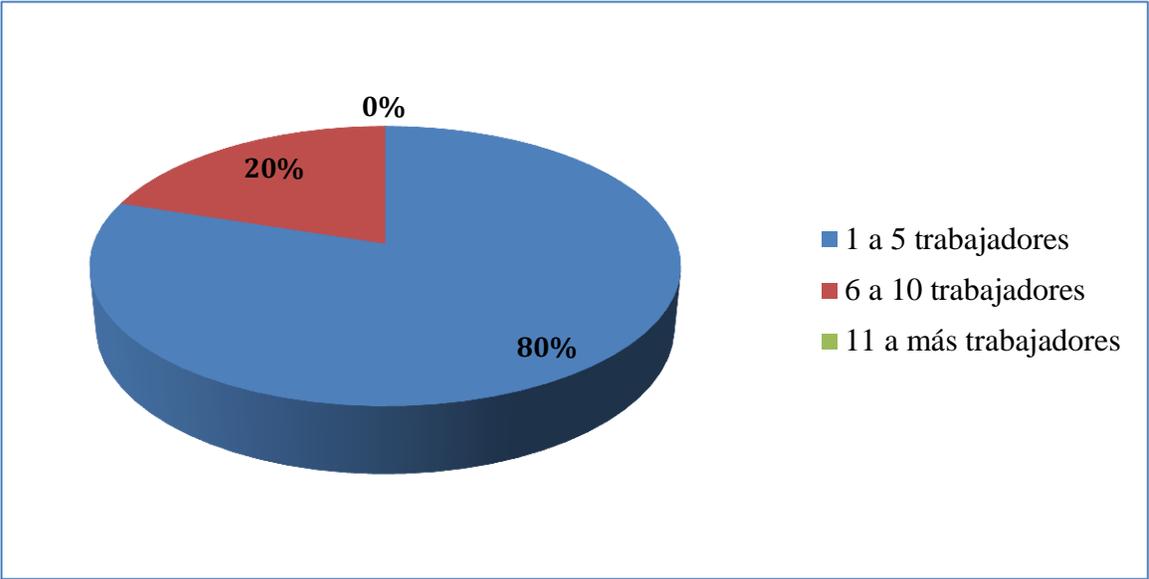


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

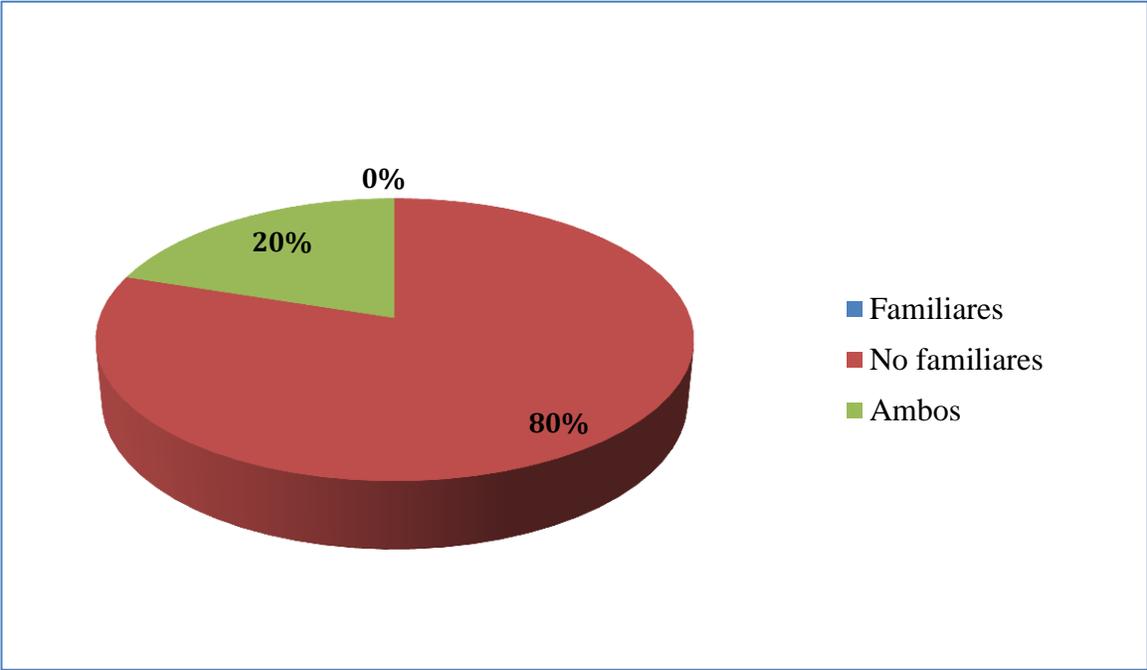


Figura 8. Personas que trabajan en la empresa

Fuente. Tabla 2

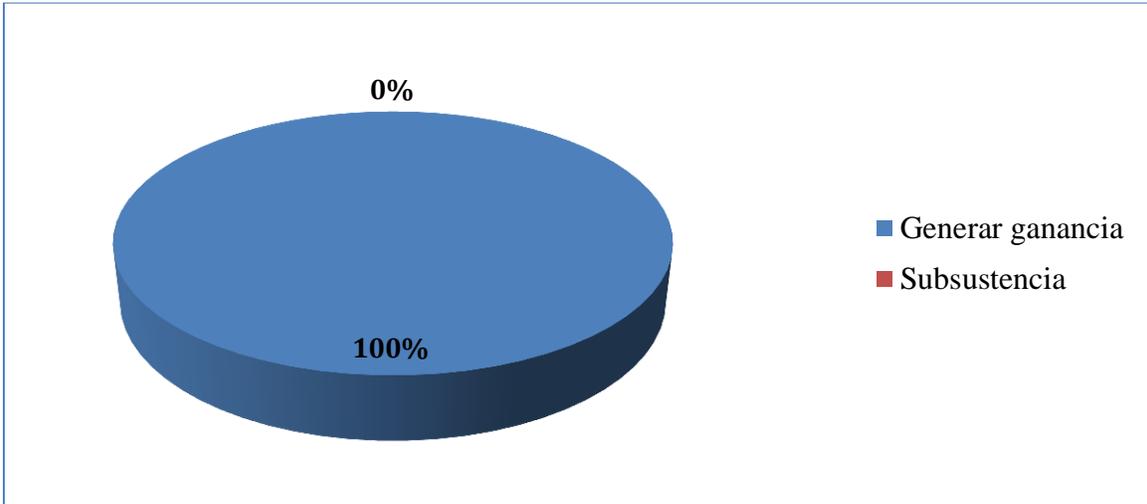


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 2

c) Referente a la variable gestión de calidad bajo el modelo de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas.

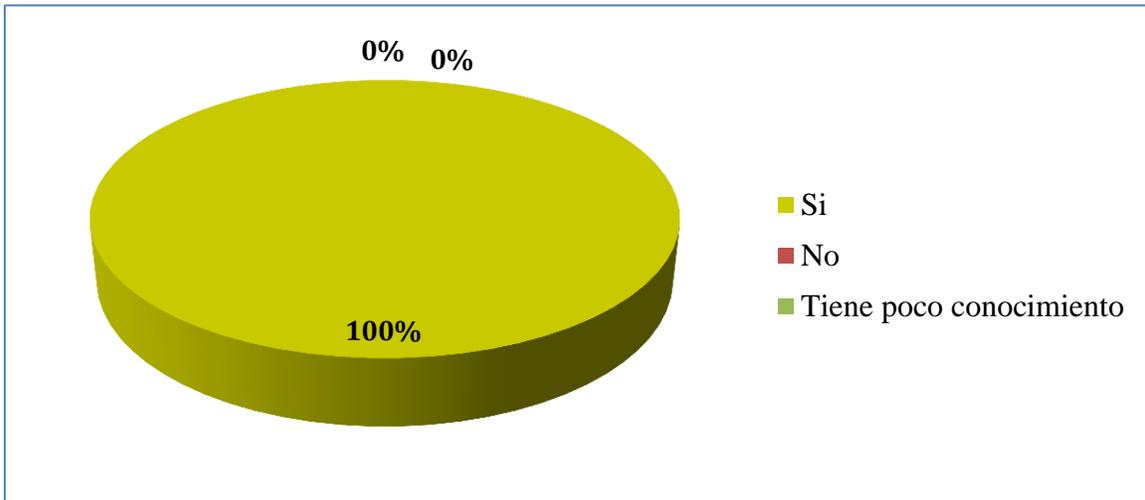


Figura 10. Conoce el término Gestión de Calidad

Fuente. Tabla 3

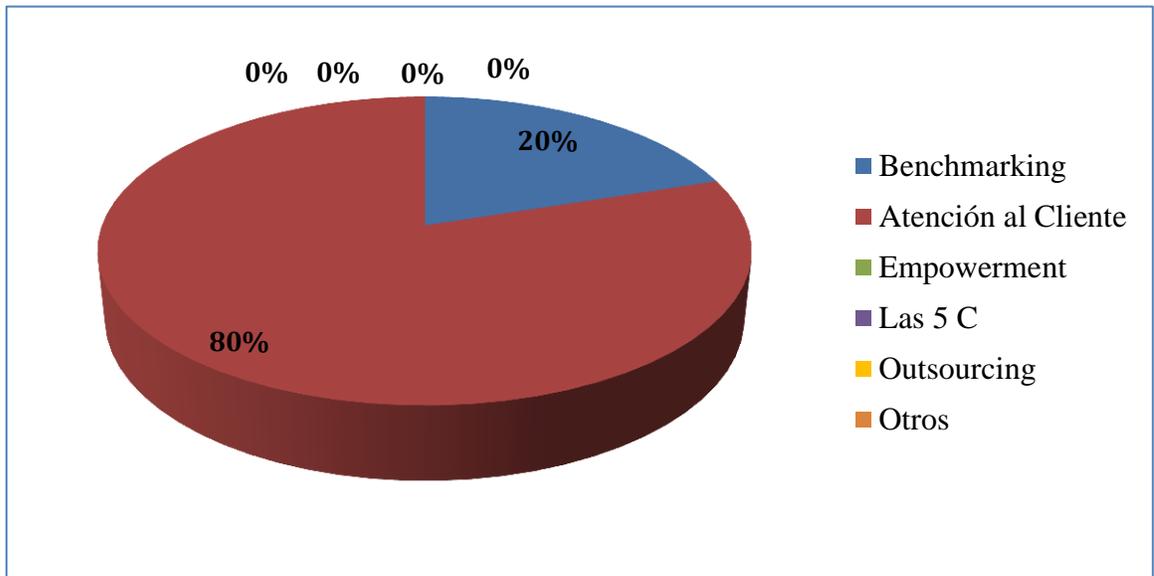


Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de la calidad conoce

Fuente. Tabla 3

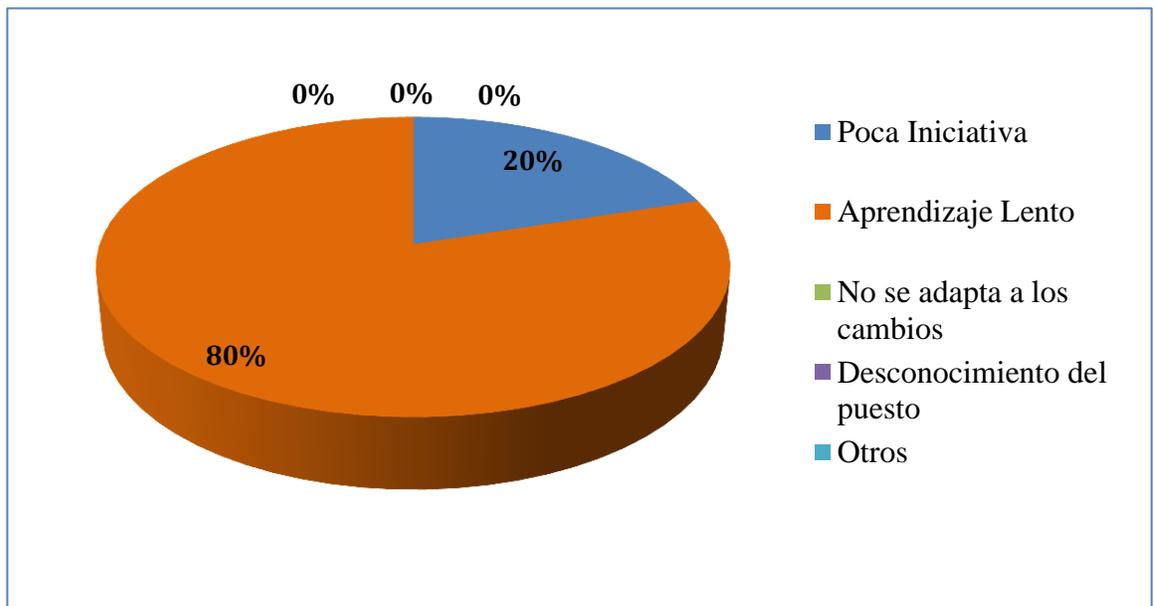


Figura 12. Dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

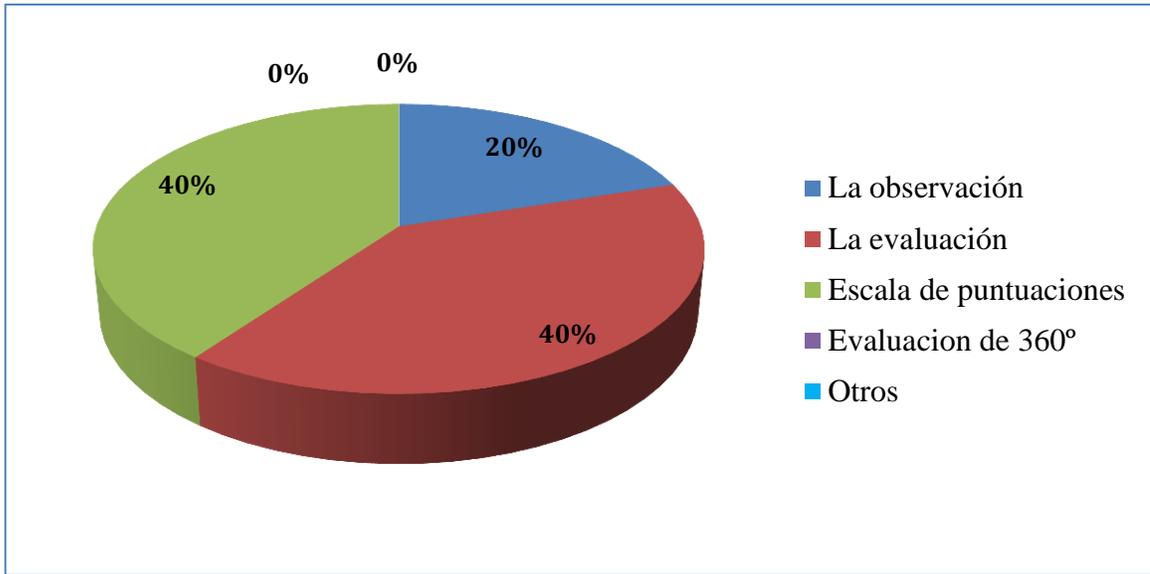


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce

Fuente. Tabla 3

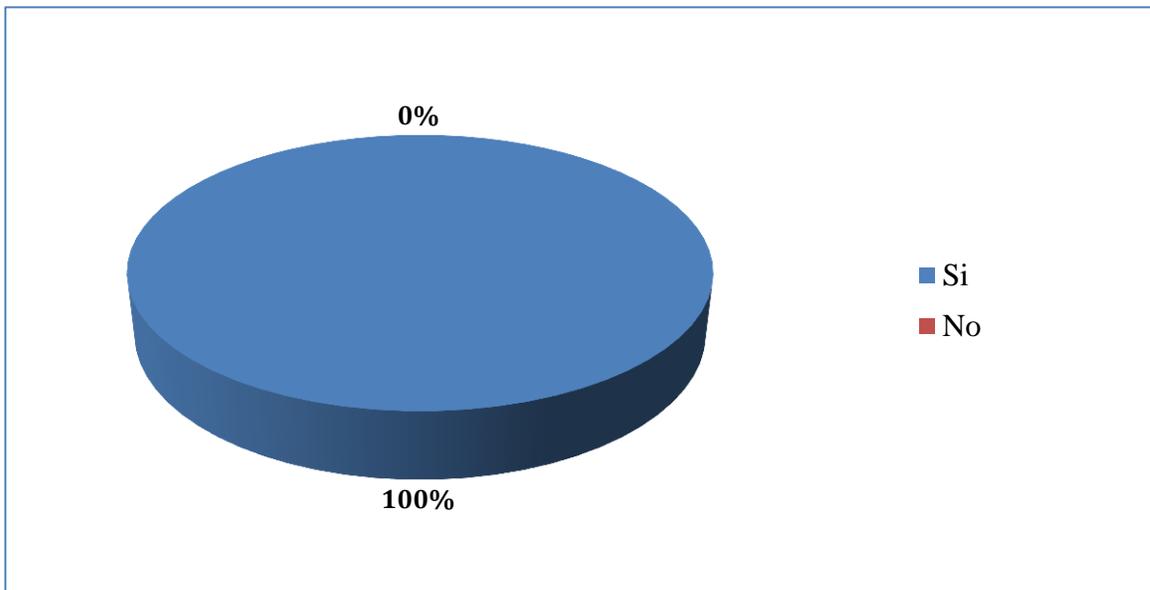


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

Fuente. Tabla 3

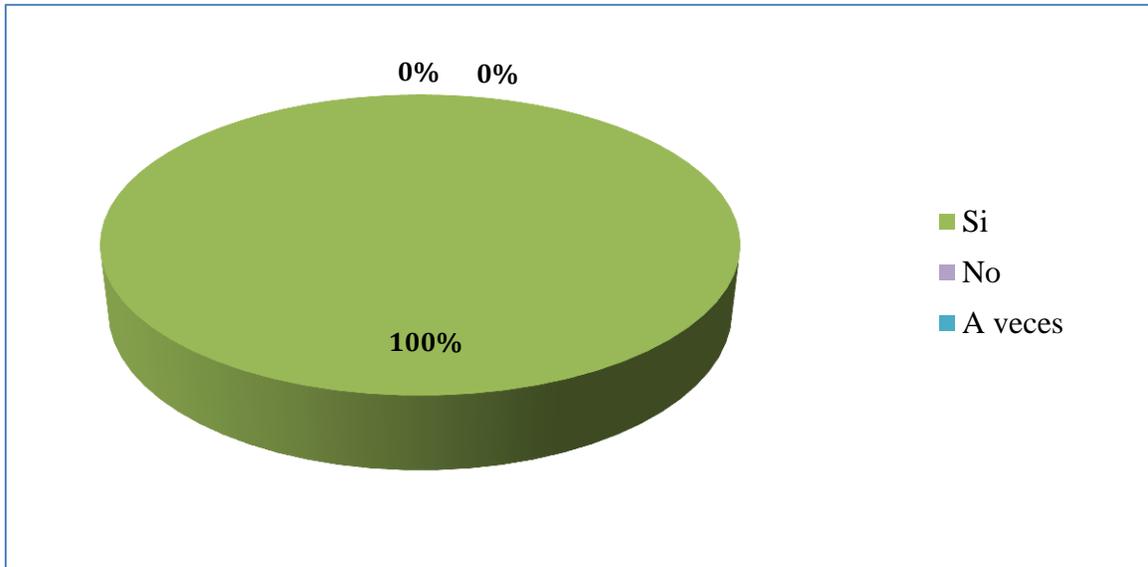


Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa

Fuente. Tabla 3

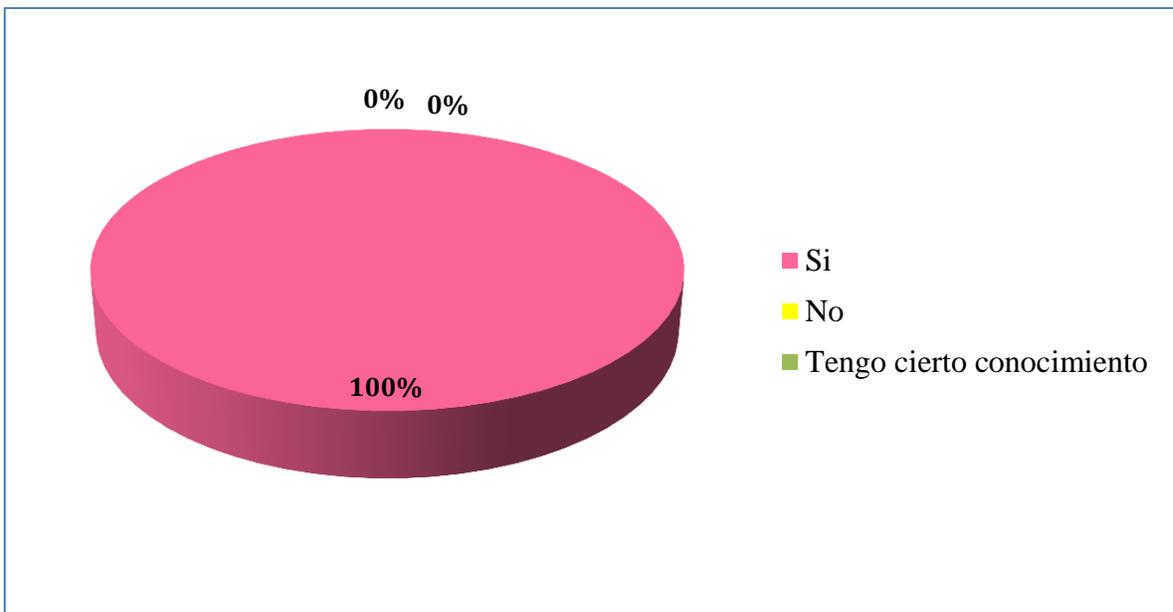


Figura 16. Conoce el término Atención al Cliente

Fuente. Tabla 3

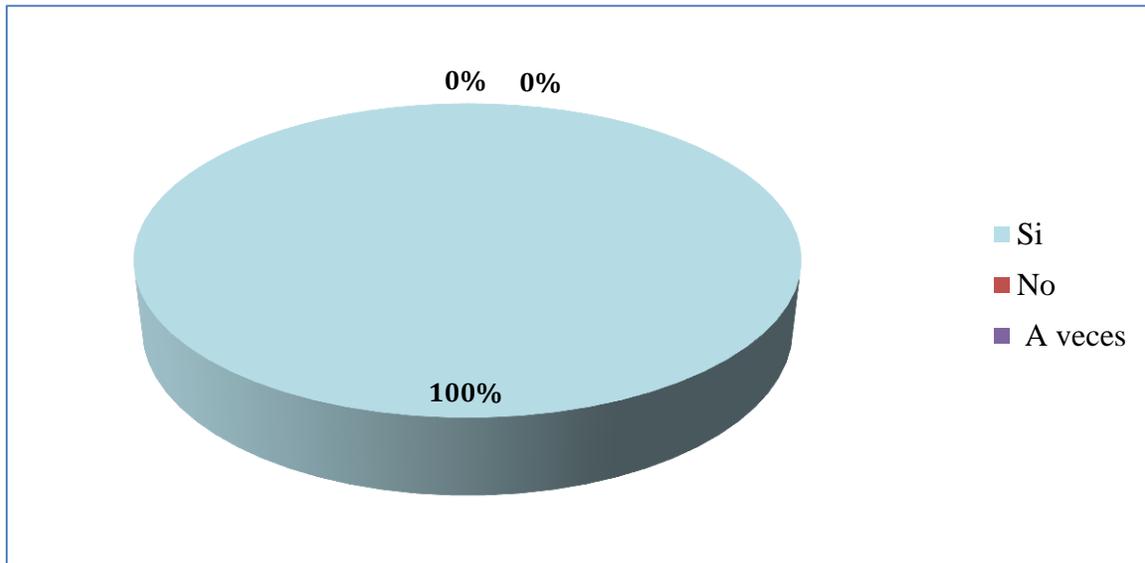


Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

Fuente: Tabla 3

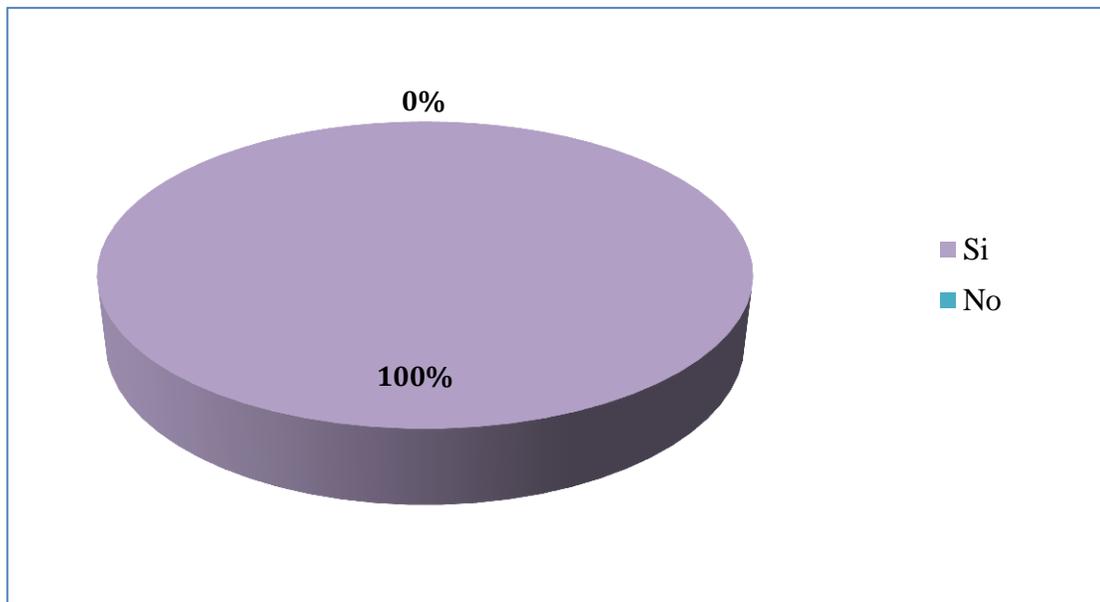


Figura 18. Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento

Fuente. Tabla 3

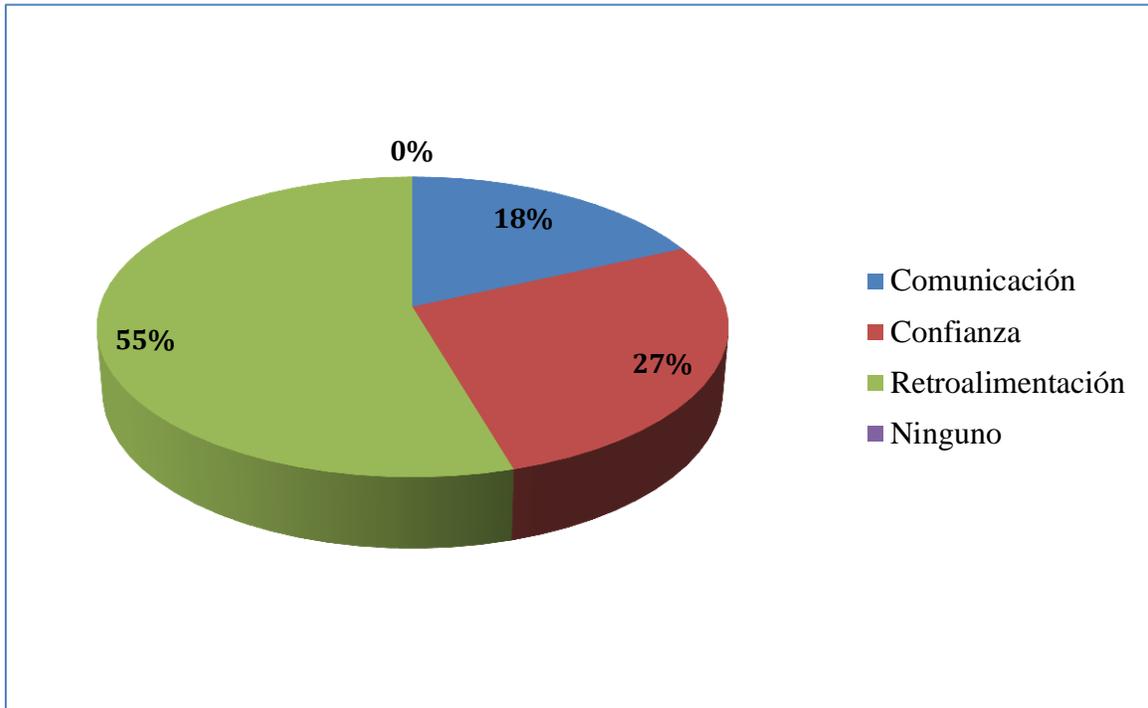


Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

Fuente. Tabla 3

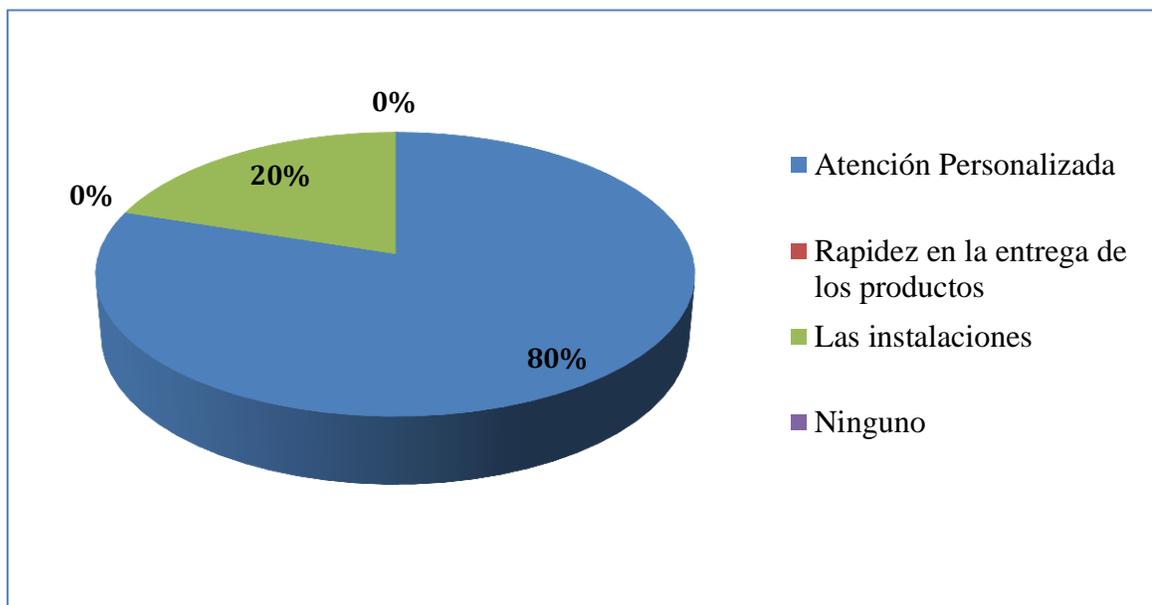


Figura 20. Principales factores que brinda para la calidad de servicio

Fuente. Tabla 3

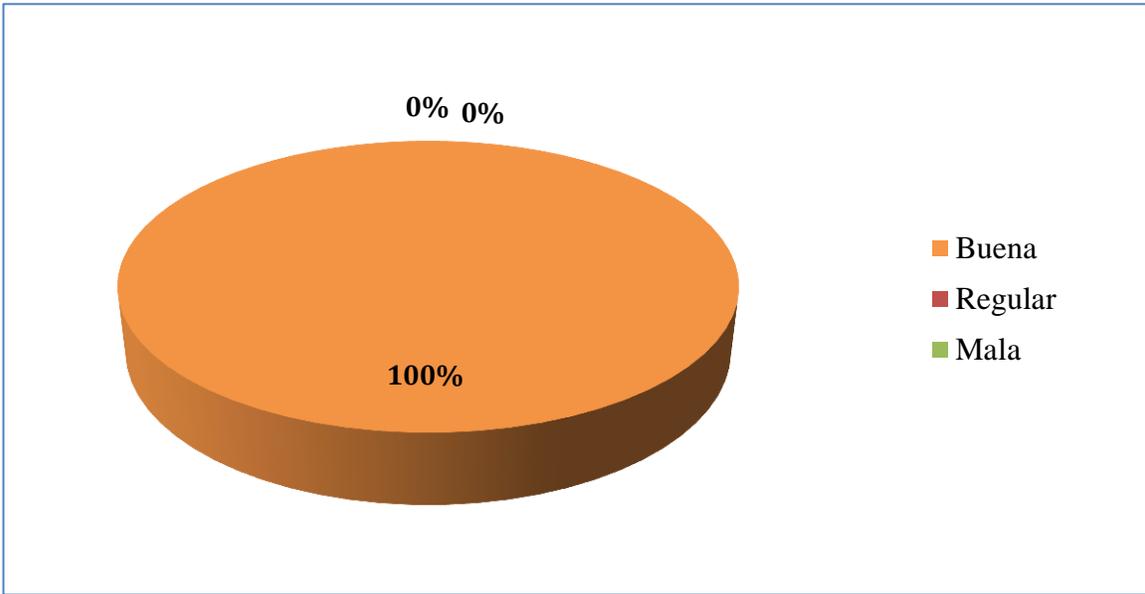


Figura 21. La atención que brinda a los clientes es:

Fuente. Tabla 3

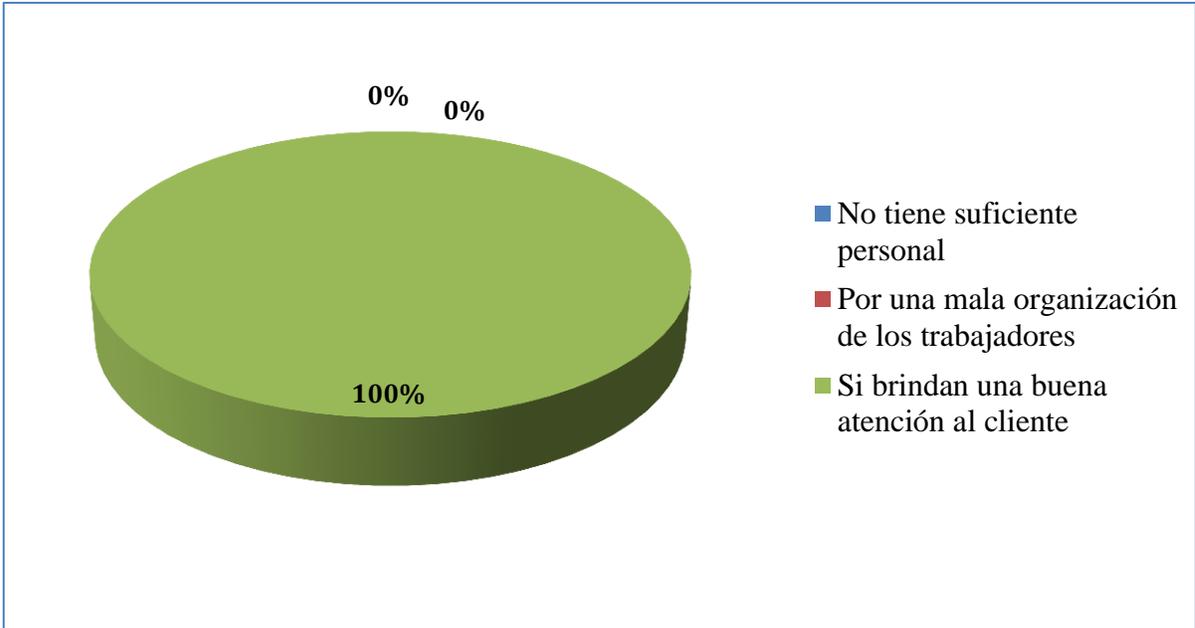


Figura 22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente

Fuente. Tabla 3

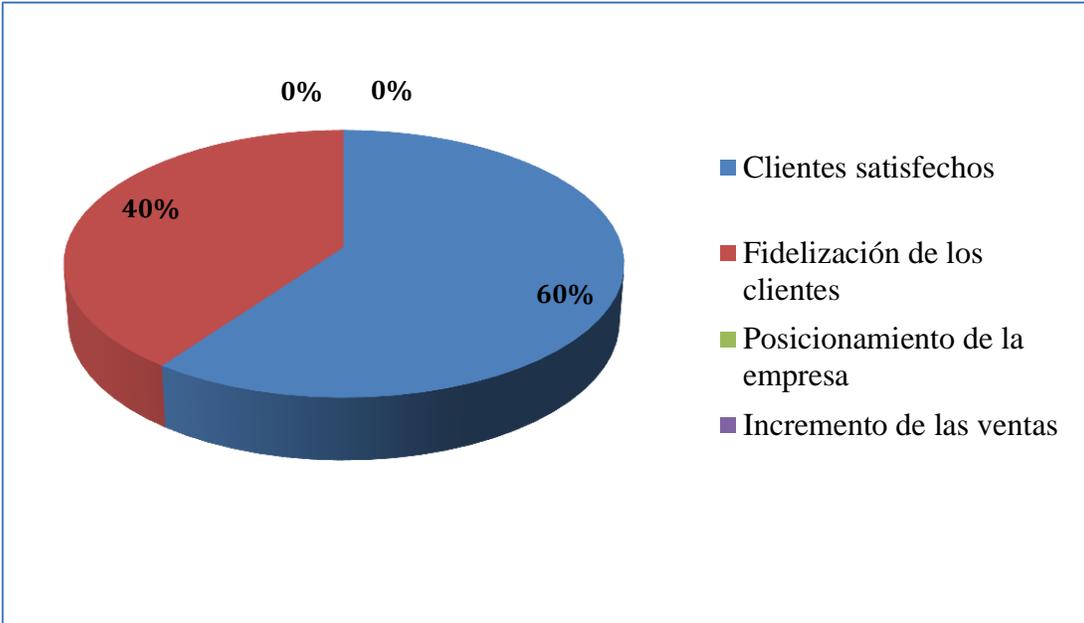


Figura 23. Que resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.

Fuente. Tabla 3