



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO RUBRO POLLERÍAS DE LAS
URBANIZACIONES BUENOS AIRES Y PACÍFICO,
DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, PROVINCIA DEL
SANTA, 2017

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

AUTOR

PAZ GONZALES, FRANCISCO FERNANDO

ORCID: 0000-0002-9319-6537

ASESORA:

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Paz Gonzales, Francisco Fernando

ORCID: 0000-0002-9319-6537

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

ASESORA

Mgr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

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

JURADO

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-3571

Mgr. Limo Vásquez, Miguel ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Mgr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-3571

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesora

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme guiado
y acompañado a lo largo de mi carrera
y a mis padres por darme palabras de
aliento e impulsarme a seguir adelante

Agradezco a mi docente por haberme
orientado y guiarme en cada proceso
del proyecto de investigación

DEDICATORIA

Esto va dedicado a mi madre por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado y por darme una excelente educación en mi vida.

A mis hermanas y hermano por estar siempre presente acompañándome en todo el proceso de mis estudios profesionales, por el apoyo incondicional y moral que me brindaron.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general describir las características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017. La investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo. Para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 63.64% tienen entre 31 a 51 años, el 54.55% son de género femenino, el 45.45% tienen instrucción superior no universitaria, el 63.64% desempeñan el cargo de administrador, el 54.55% tiene 4 a 6 años en el rubro, el 90.91% de sus trabajadores no son familiares, el 54.55% tienen como objetivo generar ganancias, el 63.64% conoce el término de atención al cliente, el 63.64% no adaptarse a los cambios es la mayor dificultad para los trabajadores, el 63.64% la técnica de rendimiento que utiliza es la evaluación, el 54.55% tiene como resultado la fidelización de los clientes. La investigación concluyó que la mayoría de los representantes de las micros y pequeñas empresas conocen la gestión de calidad empíricamente en el servicio de atención al cliente con el fin que esto regresen a su establecimiento, ya que brindando una buena atención al cliente les permite en la minoría la fidelidad de clientes.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión, micro y pequeñas empresas.

ABSTRACT

The present research work had as a general objective to describe the characteristics of Quality Management in customer service of micro and small companies in the service sector, pollerías of the Urbanizations Buenos Aires and Pacifico, District of Nuevo Chimbote, Province of Santa, 2017. The research was non-experimental, cross-sectional, descriptive. To collect the information, a sample population of 11 micro and small businesses was used, to whom a questionnaire of 23 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 63.64% have between 31 and 51 years, 54.55% are female, 45.45% have higher non-university education, 63.64% serve as administrator, 54.55% have 4 to 6 years in the field, 90.91% of their workers are not relatives, 54.55% aim to generate profits, 63.64% know the term of customer service, 63.64% do not adapt to changes is the greatest difficulty for workers, 63.64% the performance technique used is the evaluation, the 54.55% results in customer loyalty. The investigation concluded that the majority of the representatives of the micro and small companies know the quality management empirically in the customer service in order that this return to their establishment, since providing good customer service allows them in the minority customer loyalty.

Keywords: Customer service, Management, micro and small businesses.

CONTENIDO

1. Título.....	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Jurado Evaluador y Asesor	iii
4. Agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y Abstract	vi
6. Contenido..	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de Literatura	8
III. Hipótesis	42
IV. Metodología.....	43
4.1 Diseño de investigación	43
4.2 Población y muestra	43
4.3 Definición y operacionalización de variables	44
4.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos	49
4.5 Plan de análisis	49
4.6 Matriz de consistencia.....	50
4.7 Principios éticos	53
V. RESULTADOS.....	54
5.1 Resultados	54
5.2 Análisis de resultado:	59
VI. CONCLUSIONES	68
Aspectos Complementarios	70
Referencias Bibliográficas:	71
Anexos.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro Pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017	38
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.....	39
Tabla 3. Características de Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.....	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de los representantes	70
Figura 2. Género de los representantes.....	71
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes	71
Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes.....	72
Figura 5. Tiempo que desempeñan en el cargo los representantes.....	72
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro	73
Figura 7. Número de trabajadores.....	73
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa	74
Figura 9. Objetivo de creación.....	74
Figura 10. Conoce el término de gestión de calidad.....	75
Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad	75
Figura 12. Dificultades para la gestión de calidad.....	76
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	76
Figura 14. La gestión de calidad ayuda a contribuir el rendimiento del negocio.....	77
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas	77
Figura 16. Conoces el término de atención al cliente	78
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.....	78
Figura 18. La atención al cliente es fundamental.....	79
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	79
Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda.....	80
Figura 21. La atención que brinda a los clientes.....	80
Figura 22. Está dando una mala atención al cliente	81
Figura 23. Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente.....	81

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente en el Perú las micro y pequeñas empresas son de suma importancia para el desarrollo del país. Las mypes peruanas representan el 99.6% de todos los negocios, las cuales contribuyen con el 47% del Producto Bruto Interno (PBI) y dan empleo a más del 80% de la fuerza laboral, cifras que fundamentan por qué el Perú está comprometido en brindar apoyo y ayudar a las mypes, alentando así a los nuevos emprendedores del país. En el Perú se habla de mypes desde hace más de 40 años y, desde entonces, la gobernanza y regulación no se ha desarrollado lo suficiente, es por ello, que el 74% de las mypes peruanas son informales (Pantigoso, 2015).

Por lo tanto, en la actualidad las micro y pequeñas empresas tienen un rol importante dentro de la economía y no solo del país, sino también a nivel mundial, ya que estas generan más empleo que las propias empresas (son más de 70% de peruanos que trabajan en micro y pequeñas empresas), además que contribuyen con el Producto Bruto Interno, tiene alrededor de 42% de producción de bienes y servicios. (Galeón, 2013).

Las micro y pequeñas empresas, sector servicio, atención al cliente en las pollerías afrontan ciertos problemas por la falta de capacitación que tiene su personal debido a que no están bien orientados ya que algunas de las mypes no invierten lo necesario en cuanto a la atención, sino también a una mala organización o una mala producción.

Pero los problemas de las Mypes no son solo a nivel nacional sino también a nivel internacional. En España, 67% de las compañías son pequeñas y medianas, en línea con la media europea. El problema llega con los detalles. De un total de 2,8

millones de pymes, sólo 22.568 cuentan con más de 50 empleados, según datos recientes del Ministerio de Economía. La Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (Cepyme), que uno de los problemas viene ligado al carácter de los españoles. “Somos muy individualistas. Muchas empresas son familiares y difíciles de sostener cuando pasan de la primera generación”. Por eso pide más confianza. (Gómez, 2018).

Francia es uno de los países más desarrollados con respecto a las microempresas tuvieron una pequeña polémica al sufrir de una tendencia baja en las exportaciones, en el 2014 las entidades exportadoras apenas aumentaron 121.500 y se estabilizó en 2015, debido a esto tratan de mantenerse posicionados aplicando una buena Gestión de Calidad, ya que para Francia es importante ampliar sus horizontes, al menos dentro de la Unión Europea, y puedan brindar una buena atención al cliente para que de esta manera puedan exportar y evolucionar más rápido que sus competidores (Upela, 2015).

En Chile las mypes se caracterizan por su gran heterogeneidad desde el punto de vista de su estructura productiva y administrativa, presentando realidades muy diversas, desde empresas de una sola persona, trabajadores por cuenta propia a empresas de 49 ocupados. La MYPE está presente en casi todos los sectores de actividad económica, sin embargo, el sector terciario del comercio, restaurantes y hotelería, empresariales, personales y sociales y el transporte son los que predominan. En menor medida está presente en la agricultura, la industria manufacturera y la construcción. En Chile las pequeñas y medianas empresas tienen una excelente Gestión de Calidad por ser uno de los países más desarrollados, pero tienen problemas con la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas ya que no brindan charlas

adecuadamente a sus empleados. Esto se refleja en múltiples aspectos, como en la precariedad en materia de seguridad social y en el nivel de ingresos. En la Encuesta CASEN de 2006 se registra que el 53% de los ocupados de la microempresa recibía ingresos menores a dos salarios mínimos al mes y un 21%, inferior a un salario mínimo. (Henríquez, 2016).

Colombia también es uno de los países más importantes en las pequeñas y medianas empresas ya que juega un rol muy importante debido a que es una influencia directa para el desempleo y el crecimiento del mismo, pero esta se ve vulnerable por la falta de una mejor Gestión de calidad y apoyo a las pymes, ya que entra al entorno de la competitividad, costos, manejos comerciales y de servicios. Asimismo, la falta de Gestión de Calidad hace que no esté al nivel con las empresas y no generan confianza y credibilidad al mercado, pero tratan de tener una buena atención al cliente. Esto hace que sea un problema para las pymes colombianas ya que genera carencia de habilidades y crecimiento a nivel global. (Salinas, 2013).

Teniendo así problemas de Gestión de Calidad en los procedimientos técnicos y gerenciales, esto es un concepto de determinados elementos, para que tengan que lograr la calidad de los servicios y ofrecer una buena atención al cliente y así conseguir la satisfacción de ellos para que puedan obtener mejores resultados y tengan un excelente grado de participación en la empresa. (Salinas, 2013).

En Perú según la Asociación de Emprendedores del Perú (Asep), las mypes aportan, aproximadamente, el 40% del PBI (Producto Bruto Interno) y, por ello, están entre las mayores impulsoras del crecimiento económico del país. Las mypes tienen una participación decisiva en materia de generación de empleo, inclusión social,

innovación, competitividad y lucha contra la pobreza. De hecho, en conjunto, las mypes generan el 47% del empleo en América Latina. También en el Perú constituyen el 98,6% de las unidades empresariales, brindándole espacio de desarrollo a millones de trabajadores peruanos que contribuyen al desarrollo de la economía, esto dinamiza nuestra economía. (Economía, 2019). Pero el problema es la informalidad, que les impide tener acceso a una Gestión de calidad y una mejor atención al cliente, ya que las empresas parecen no estar interesadas en formalizarse por los altos costos que el trámite acarrea. (Garrido, 2016)

En el ámbito regional, actualmente las micro y pequeñas empresas de la región Áncash son consideradas un pilar importante para el crecimiento de la economía regional y nacional, según el INEI las MYPEs genera el 70.5 % de empleo a la población económicamente activa (PEA), que es importante ya que conlleva un dinamismo económico. Se observó que las micro y pequeñas empresas de la región aun no adoptan una buena gestión de calidad dentro de su estructura, por ser en las mayoría empíricas, cuya característica principal es que son negocios familiares y en muchos casos los puestos de trabajo son asignados por beneficiar a sus familiares mas no son asignados por rendimientos laborales, en términos de atención al cliente se observó que se encuentran en proceso de mejoras en el servicio que brindan a sus clientes, debido a la gran competencia que existe en el mercado hoy en día

Por otra parte, en el distrito de nuevo Chimbote de la provincia del santa donde se desarrolló el trabajo de investigación, existen micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de pollerías las cuales tienen problemas de gestión de calidad en atención al cliente debido a que los encargados de administrar estas micro y pequeñas empresas tienen conocimiento en gestión de calidad pero mas no lo implementa en su negocio

porque sus colaboradores tienen desconocimiento de puesto, debido a la poca capacidad profesional, por lo tanto se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de la Urbanización Buenos Aires y Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, 2017?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de la Urbanización Buenos Aires y Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, 2017. y para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las características de los representantes del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, 2017. Describir las características de Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

El trabajo de investigación se justifica porque permitió conocer la realidad actual de las micro y pequeñas empresas en el ámbito internacional, nacional y local, de los problemas internos de gestión de calidad que carecen, dicha información permitirá a los representantes de las micro y pequeñas empresas potenciar sus debilidades mediante la implementación de estrategias de gestión de calidad en sus organizaciones, asimismo les servirá como referencia para tomar decisiones correctas en la gestión

interna y no caer en los mismos errores. Por otra parte, la investigación se justifica porque permitirá conocer a la sociedad de la realidad e importancia que tienen las micro y pequeñas empresas en el crecimiento económico del país, y tener en cuenta para futuros emprendimientos de negocios. Finalmente, esta investigación se justifica en el aspecto académico como una fuente de información pública, que beneficiara a los estudiantes que desarrollen posteriores estudios de investigaciones científicas dentro del ámbito geográfico del país

la metodología que se utilizó en el trabajo de investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo.

Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a la variable Gestión de calidad en Atención al cliente solo se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones

Fue transversal porque el estudio de investigación Gestión de Calidad en Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones buenos aires y pacífico, distrito de nuevo Chimbote, provincia del santa, 2017 se desarrolló en un espacio de tiempo

Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro Pollerías de las urbanizaciones buenos aires y pacífico, distrito de nuevo Chimbote, provincia del santa, 2017.

Asimismo, para el recojo de la información se utilizó una muestra de 11 micro y pequeñas empresas de una población de 11 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplico una encuesta de 23 preguntas, las 5 primeras con datos de las pequeñas

empresas y las 14 últimas están referidas a las Gestión de Calidad en atención al cliente. Obteniendo los siguientes resultados: el 63.64% tienen entre 31 y 51 años, el 54.55% son de género femenino, el 45.45% tienen instrucción superior no universitaria, el 63.64% desempeñan el cargo de administrador, el 45.45% tienen más de 7 años en el rubro, el 72.73% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 90.91% de sus trabajadores no son familiares, el 54.55% tienen como objetivo generar ganancias, el 63.64% conoce el término de atención al cliente, el 63.64% no adaptarse a los cambios es la mayor dificultad para los trabajadores, el 63.64% la técnica de rendimiento que utiliza es la evaluación, el 45.45% tiene como resultado la fidelización de los clientes.

Finalmente se concluye, que la mayoría de micro y pequeñas empresas conocen y utilizan la gestión de calidad en el servicio de atención al cliente considerando como una herramienta fundamental para que estos regresen a su establecimiento, ya que brindando una buena atención al cliente les permite la fidelización de clientes.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes internacionales

Sánchez (2016) en su investigación *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pollería burger diner de gyalan, Zacapa*. Tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pollería Burger Diner de Gualán, y sus objetivos específicos fueron Calcular el índice de calidad del servicio con el método ServQual, y determinar la brecha de insatisfacción de los clientes, según la diferencia entre las expectativas y percepciones. Realizar una evaluación 360°, y para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante. Esta investigación es de tipo descriptivo. Para su ejecución se planteó la metodología de ServQual de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) que responde al objetivo planteado con anterioridad. Se diseñaron dos cuestionarios, uno para medir las expectativas, con el cual se cuestionó a los clientes seleccionados de forma sistemática (70 clientes), al momento de llevarle el menú antes de que hicieran su orden. El segundo cuestionario fue para medir las percepciones, con el cual se cuestionó al mismo cliente al momento de llevarle la cuenta. Los 70 clientes fueron seleccionados al azar, cubriendo una jornada laboral completa, durante una semana, para lograr la mayor representatividad posible. Para fines de este proyecto se utilizó la escala Likert, en los cuestionarios aplicados; la escala consta de 5 puntos, siendo el número 1 (extremadamente insatisfecho) y el número 5 (extremadamente satisfecho) utilizada en la herramienta ServQual la cual está diseñada para permitir al cliente variar la respuesta de cada pregunta que describe el servicio. La metodología fue diseño no experimental y transversal, descriptivos con una población de 1,446 donde se aplicó

una muestra de 70 clientes llegando a los siguientes resultados: Ford & Heaton (2001), afirman que las expectativas de los clientes se ven influenciados por diversos factores propios de cada cliente, tales como la cultura, los hábitos, las frecuencias de visita, etc. A efectos de ello, en esta investigación se generó información de ese tipo que permitió explicar de una mejor manera los resultados obtenidos en la evaluación de calidad de servicio. La gráfica 1, muestra que el 42% de los clientes del restaurante provienen de las aldeas del municipio de Gualán, el 31% de otros municipios, principalmente de la Unión, Zacapa; el 19% del casco urbano y el 8% son viajeros frecuentes, que generalmente están de visita una vez por semana en el municipio. Considerando que el casco urbano de Gualán tiene más de 20,000 habitantes (SEGEPLAN, 2010); la presencia de clientes que provienen de allí está por debajo del 2% de la población urbana (El 19% de los clientes del casco urbano, equivale a 275 clientes según el tamaño de la población objetivo que es de 1446). La frecuencia de visitas de los clientes está distribuida equitativamente en las siguientes proporciones, el 29% de los clientes visitan el restaurante 1 vez cada 4 semanas, el 24% más de 1 vez por semana, el 24% 1 vez cada 2 semanas y el 23% 1 vez por semana (Gráfica 2). En la gráfica 3, se presentan los resultados sobre el medio publicitario por el cual los clientes se enteraron del restaurante. 4 de cada 10 personas (40%) respondieron que fue a través de publicidad impresa (vallas, anuncios de prensa, volantes). El 42% respondió que fue a través de la publicidad de boca a boca y redes sociales (Facebook y Twitter), el 11% respondió que fue por radio y el 7% por cable. Es interesante conocer esta información, ya que, según la gerencia, en radio y cable es donde más se invierte en publicidad. Sin embargo, el cable en el que se tiene la publicidad es en la empresa de cable de Mayuelas, no en Cable Visión Robles que es la empresa de cable 49 de Gualán

que da servicio en el casco urbano, lo cual explica una de las razones por las que, en los resultados de las encuestas existe baja presencia de clientes del caso urbano en el restaurante. Llego a la conclusión de que Se evaluó la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán, a través de la valoración de expectativas y percepciones, según el método ServQual para calidad de servicio. Según la evaluación realizada, el Índice de Calidad del Servicio -ICS- en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán es de -0.18, lo que indica que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido. Se determinó que la brecha de insatisfacción promedio es de -0.17. En la cual la dimensión o variable con mayor insatisfacción corresponde a elementos tangibles (-0.22), seguida por capacidad de respuesta (-0.21), empatía (-0.16), fiabilidad (-0.14) y confiabilidad (-0.13). Estos valores indican que en ninguna de las cinco variables o dimensiones se superan las expectativas de los clientes. Con base a la evaluación 360° se determinó que los colaboradores comprenden las expectativas de los clientes, debido a que tienen una relación directa y permanente con ellos. Mientras que los directivos no. Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), esta discrepancia indica que los directivos al no comprender las expectativas de los clientes, no conocen lo que estos valoran de un servicio y difícilmente podrán impulsar acciones que den satisfacción a sus necesidades y expectativas.

Maroto (2014) en su investigación *La gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas rey agro*, tuvo como objetivo general: Determinar cuáles son los factores determinantes de la Gestión Administrativa que están influyendo en la Satisfacción del Cliente de la Empresa de insumos agrícolas Rey Agro, y planteó los siguientes objetivos específicos: Diagnosticar la importancia que se da a la Gestión Administrativa de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro

como puntal para el desarrollo del negocio. Analizar el nivel de Satisfacción de los clientes de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro, relativos a la gestión administrativa. Diseñar un Plan de mejoras de la gestión administrativa para la empresa de insumos agrícolas Rey Agro para lograr un elevado nivel de Satisfacción del Cliente. La metodología que utilizo fue inductiva-deductiva, y en base a las opiniones de los involucrados, y utiliza una muestra de (132 clientes y 5 personal de la empresa) de una población de 200 clientes frecuentes y 5 personal de la empresa, a quienes se les aplico un cuestionario a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 40.9% opinan que frecuentemente las metas propuestas reflejan un diagnóstico de la situación actual de la empresa, el 46.97% de los encuestados, ha informado que solo a veces se consideran los aspectos de atención y servicio al cliente para que sean logrados eficientemente, el 56.1% de los clientes externos manifestaron, que siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en la empresa Rey Agro, el 55.3% de los clientes externos de la empresa “Rey Agro” siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados, ya que cuentan con el conocimiento suficiente para hacerlo, 41,67% opina que solamente a veces se distingue una mejora en la producción y en el nivel de vida de los habitantes por influencia de la empresa Rey Agro en el cantón Salcedo, el 45.45% manifestaron que siempre será necesario implementar un plan de mejora de la gestión administrativa de la empresa Rey Agro, el 100% manifiesta que nunca ha existido ningún tipo de 7 malestar por la atención recibida de parte de los asesores y vendedores de la empresa Rey Agro, el 100% manifiesta que existe una atención con normalidad en la empresa Rey Agro del cantón Salcedo, 76.5% la calidad de la atención influye en su nivel de satisfacción personal, 79.55% mencionaron que siempre el servicio de

asistencia técnica de la empresa Rey Agro, la investigación concluyó que: Los niveles de satisfacción del cliente que maneja la empresa de insumos agrícolas “Rey Agro” del cantón Salcedo, tienen diversos indicadores referentes tanto a la atención como a la satisfacción de las demandas de los clientes, entre ellos se debe considerar que: Según el 56.1% de los clientes externos siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en la empresa Rey Agro. Según la mitad de los encuestados (49.24%), el monitoreo de la actividad realizada por el personal de servicio técnico ocurre solamente a veces. Para el 55.3% de los clientes externos de la empresa “Rey Agro” siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados. La estrategia administrativa más útil para mejorar la situación negativa de “Rey Agro” y lograr altos niveles de satisfacción de los clientes, según la mayoría de los encuestados, será implementar un plan de mejora de la gestión administrativa para la empresa (45.45%). La investigación concluyó que: En la empresa “Rey Agro”, las metas propuestas no reflejan un diagnóstico de la situación actual de la empresa casi para la mitad de ellos. Para el 46.97% de los encuestados, solo a veces se consideran los aspectos de atención y servicio al cliente para que sean logrados. Casi nunca (44.70%) o a veces (37.88%), existe un impacto elevado de la difusión publicitaria empleada en la empresa. No se exhibe la misión y visión institucionales. Casi la mitad de los encuestados (49.24%) de la empresa Rey Agro, manifestaron que solo a veces, ha podido notar un nivel de desarrollo convincente de esta empresa. Los niveles de satisfacción del cliente que maneja la empresa de insumos agrícolas “Rey Agro” del cantón Salcedo, tienen diversos indicadores referentes tanto a la atención como a la satisfacción de las demandas de los clientes, entre ellos se debe considerar que: Según el 56.1% de los clientes externos siempre se han sentido satisfechos con la atención

recibida en la empresa Rey Agro. Según la mitad de los encuestados (49.24%), el monitoreo de la actividad realizada por el personal de servicio técnico ocurre solamente a veces. Para el 55.3% de los clientes 8 externos de la empresa “Rey Agro” siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados. La empresa Rey Agro, definitivamente, no realiza negocios a través del Internet, aunque esta distribuidora de productos agroquímicos dispone de oficinas propias desde las cuales realiza su servicio de atención a los clientes. Existe una buena aplicación del Merchandising, por lo que la distribución técnica de la mercadería, tanto de productos como de insumos en las estanterías de Rey Agro, permite localizarlos fácilmente y conocer de inmediato su precio. La atención recibida según el 36.36% de las respuestas, solo a veces les deja satisfechos, aunque esta atención, en todos los casos se realice con rapidez, oportunidad y especialidad. Según la opinión de los clientes (37.88%), solamente “a veces”, Rey Agro dispone de toda la gama de productos demandados por los clientes siendo un servicio de atención generador de confianza (79.55%). La estrategia administrativa más útil para mejorar la situación negativa de “Rey Agro” y lograr altos niveles de satisfacción de los clientes, según la mayoría de los encuestados, será implementar un plan de mejora de la gestión administrativa para la empresa (45.45%)

Antecedentes nacionales

Antúnez (2017) en su trabajo de investigación *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. Se

planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. La investigación tiene la siguiente metodología: Para la elaboración del presente trabajo se utilizó el diseño no experimental –transversal – descriptivo. Fue no experimental, porque la investigación se realizó sin manipular la variable gestión de calidad en atención al cliente, se observó el fenómeno tal como se funciona dentro de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes de la ciudad de Huarney, sin modificación alguna. Transversal, porque el estudio se realizó en un determinado tiempo, donde se tuvo un inicio y un fin específicamente el año 2016. Descriptivo, porque solo se describió las características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas, y de la variable Gestión de calidad en atención al cliente. La población es determinar la población del presente estudio de investigación se realizó un sondeo obteniendo una población de 26 micro y pequeñas empresas perteneciente al sector servicio - rubro restaurantes. Y se determinó una muestra dirigida de 22 micro y pequeñas empresas las que aceptaron participar en la investigación. El criterio de selección de la muestra estuvo en función de 10 la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas. Se obtuvo los siguientes resultados: el 72.2% de edad de los representantes es de 51 años a más, el 63.6% son de sexo masculino, el 45.5% su grado de instrucción tiene estudios superiores, el

63.3% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 59.1% son formal, el 68.2% tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, el 59.1% si conocen de gestión de calidad, el 40.9% tiene como técnica de gestión la mejora continua, el 50% tiene como prioridad planificar sus actividades, el 36.4% tiene buen trato en los clientes, el 45.5% contratan mayormente a sus familiares, el 54.5% no capacita a los colaboradores, el 50% de los factores externos es la innovación del producto, el 59.1% contribuye una atención de calidad y aumenta sus ventas. La investigación concluye que: Respecto a las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en la ciudad de Huarney son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior. Respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas, la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarney son informales, con un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores. Respecto a las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente, la mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de los micro empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría los representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mype tienen como prioridad el

buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto

Trujillo (2016) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurante del Distrito de Huaraz, 2014*. Se obtuvo el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la capacitación en las técnicas de atención al cliente en las MYPE del sector servicios – rubro restaurante del distrito de Huaraz, 2014. Se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los trabajadores en las MYPE del sector servicios – rubro restaurante del distrito de Huaraz, 2014. Determinar las principales características de los representantes legales del sector de servicio – rubro restaurante del distrito de Huaraz, 2014. La investigación tiene la siguiente metodología: En cuanto al tipo de investigación fue descriptiva, de nivel cuantitativo y diseño transaccional, porque se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único. La población y muestra para el presente estudio se consideraron dos poblaciones: una que fue conformada por los representantes de las 24 micro y pequeñas empresas del 13 rubro restaurante del distrito de Huaraz, 2014 y la segunda población que fue conformada por los 30 empleados de las mismas. No se consideró ningún tipo de muestra porque la población es pequeña. Obtuvo los siguientes resultados: el 53.33% tienen de 31 - 40 años de edad, el 60% son de género masculino, el 40% tienen estudios secundarios u otros conocimientos, el 66% mencionan que no realizan la detección de necesidades de capacitación, el 33.33% sostienen que aumenta las ventas, el 66.67% consideran la capacitación como un gasto, el 40% sostiene que nunca evalúan el impacto de la capacitación, el 53.33% mencionan

que sus empleados no tiene la capacidad de atender bien al cliente, el 86.67% son de género femenino, el 80% tienen de 15 a 20 años de edad, el 66.67% tienen un grado de instrucción de nivel secundario, el 60% sostienen que no conocen la manera correcta de atender a los clientes por su poca experiencia laboral, el 73.33% sostienen que no están capacitados para resolver problemas que se puedan presentar con los clientes, el 40% sostienen que ante reclamos les piden a los clientes retirarse de la tienda, el 60% sostienen que no son capaces de solucionar las quejas que se presenta a diario, el 53.33% sostienen que no le toman importancia a las quejas que les hacen llegar los clientes, el 80% sostienen que nunca han recibido una capacitación sobre la atención al cliente, el 86.67% sostienen que la capacitación es muy relevante para mejorar su desempeño dentro de la empresa. La investigación concluye que la capacitación en atención al cliente es entendida como el incremento de habilidades y conocimientos para brindar un mejor servicio e incrementar las ventas. Es por eso que el objetivo principal de esta tesis fue, describir las principales características de la capacitación en atención al cliente. En respuesta este objetivo, los resultados obtenidos nos muestran que es necesaria la implementación de la capacitación en los restaurantes aplicando el proceso de capacitación para establecer las pautas de comportamiento adecuadas, así como el tratamiento de quejas y reclamaciones. Se ha llegado a la conclusión que la mayoría de los representantes legales se encuentran entre los 31 a 40 años de edad, son masculinos y tienen estudios secundarios, razón por la que asumimos que carecen de una apropiada preparación para administrar sus negocios y crecer económicamente, esto porque sus empresas son administradas de manera empírica y por la necesidad de solvencia económica cuando han perdido su trabajo. La mayoría de los 14 trabajadores desconocen la manera correcta de atender los clientes

y no están en la capacidad de resolver los problemas que se presentan a diario es por eso no le dan la debida importancia a las quejas que éstos les hacen llegar.

Ayambo (2017) En su trabajo de investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicio, rubro pollerías, en el distrito de Callería, 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, rubro pollerías. en el distrito de Calleria, año 2017 y se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar si las mypes del sector servicios, rubro pollerías, del distrito de Callería, están formalizadas. -Determinar si las mypes del sector servicios educativos rubro pollerías, del distrito de Callería, aplican gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente. -Determinar qué beneficios obtienen con la gestión de calidad las mypes del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017. Se elaboró desarrollando una metodología de investigación del tipo descriptivo – correlacional - no experimental, donde se aplicó un cuestionario estructurado de 23 interrogantes a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados: 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%). Respecto de la gestión de calidad: 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 público (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%), el trabajo de investigación concluye que luego del trabajo de investigación de campo, tabulación y proceso de graficar e interpretación de resultados, procederemos a concluir los resultados relacionándolos con nuestro marco teórico, objetivos, e hipótesis respectivamente, Según el resultado brindado se llegó a la conclusión que, los emprendedores el 45% está en el rango de 40 a 50 años, el 30% de 29 a 39 años, demostrando que los colegios particulares están direccionados por personas mayores. Además, en su mayoría son del género masculino, Los emprendedores en su gran mayoría tienen el grado de instrucción universitarios 90%, y el 10% técnicos, con esto se demuestra que los emprendedores del sector servicios, colegios particulares son personas preparadas intelectualmente, sin embargo, no tienen mayores alcances sobre una gestión de calidad. Mayormente los emprendedores son estudio son profesores 45%, Se concluyó que el 85% son empresas formales, teniendo a un porcentaje menor de las empresas informales el 15%. habiendo no concluido con los trámites a espera de la resolución.

Antecedentes locales

Ríos (2015) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014*. Se obtuvo el siguiente objetivo general: Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Se planteó los

siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes de las mypes del sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Determinar las principales características de las mypes de los principales factores de la gestión de calidad de las mypes del sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014, sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Determinar las principales características que se involucran en el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. La investigación tiene la siguiente metodología: Tipo de investigación Descriptiva – Cuantitativa. Nivel de Investigación Descriptivo, debido a que solo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio. Diseño de la Investigación, el diseño que se utilizó en esta investigación fue no experimental –descriptivo. No experimental: Es no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se mostró entro de su contexto. Descriptivo: Porque se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo único, el propósito fue describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado. La Población, Según el INEI (2014), se cuenta con una inscripción de 180 Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huanchaco, año 2014. Por conveniencia se tomó una muestra de 20 mypes, ya que dichos propietarios fueron participes de la encuesta que se planteó. Su muestra es de 20 restaurantes que representa entre el 10% - 12% de la población, la misma que es sustentada por técnicos en el campo de la investigación concerniente a la metodología. Se obtuvo los siguientes resultados: el género masculino con el 65%, el 35% de los representantes legales de las MYPES encuestadas su edad fluctúa entre 35 – 44, los representantes legales de las MYPES encuestadas

predomina la instrucción superior universitaria completa con 60%, el tiempo en años predomina de 5- 7 años con un 50%, un 90% de las Mypes son formales, el número de trabajadores permanentes representa un 95%, la finalidad por la que se formó la mype fue para generar ingresos para solventar los gastos familiares, obteniendo un 45%; los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención, que según lo encuestado nos arroja un 50%, según los representantes legales encuestados, creen que la gestión de calidad es importante para la organización, reflejándose esto en un 85%, 75% respondieron que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad, un 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado, el 85% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad, un 80% de los representantes legales de las Mypes encuestados, respondieron que la materia prima es de calidad y está en óptimas condiciones para su consumo, un 60% de los representantes legales de las Mypes encuestadas, respondieron que su capital social asciende de 11000 a 15000, un 80% de los representantes legales de las mypes encuestadas, respondieron que si reinvierten en la empresa el 60% dijeron que si amplían la reinversión, un 90% de los representantes encuestados respondieron que la calidad es un factor importante para obtener rentabilidad, un 90% de los representantes legales de las MYPES respondieron que la rentabilidad mejoró en los 2 últimos años, el 90% de los representantes legales de las MYPE encuestadas dijeron que la rentabilidad no ha disminuido en los 2 últimos años. Se concluye con la siguiente investigación que en cuanto a los gerentes de más Mypes: Del estudio realizado se concluye que los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los

35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65% de los gerentes encuestados son de género masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cual se representa en un 60%. En cuanto a las principales características de las Mypes; el tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las Mypes son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. En cuanto a la gestión de calidad: Del estudio realizado se concluye que el 50% de los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco, afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención, el 85% respondieron que la calidad es 20 importante para la organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad. En lo que se refiere a la rentabilidad: un 80% de los encuestados reinvierten en la empresa, el 60% de dichos representantes respondieron que su capital asciende de un 11000 a 15000. Además, un 90% de los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicios, confirman que en los dos últimos años ha mejorado su rentabilidad.

Alayo (2017) En su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPES del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017. Y planteo los siguientes objetivos específicos: -Determinar las principales características

de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, Centro de la ciudad de Chimbote, 2017. - Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, Centro de la ciudad de Chimbote, 2017. -Determinar las principales características de una gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empres, la metodología de la investigación utilizó el diseño No experimental, transversal, descriptivo. Para la recolección de datos se trabajó con 16 MYPES, a quienes se aplicó un cuestionario de 22 preguntas, del que se obtuvo los siguientes resultados: El 62,5% tienen entre 31 a 50 años, el 68,8% son mujeres, el 75% se desempeñan como dueños, el 43,8% de las MYPES tienen más de 7 años en el rubro, el 68,8% tienen de 1 a 5 trabajadores, 68,8% se creó para generar ganancias, el 75% no aplican la gestión de calidad, el 50% utilizan atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad, el 37,5% de las dificultades que tienen para implantar la gestión de calidad es la poca iniciativa, el 75% utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal, el 100% conocen el termino atención al cliente, el 62,5% consideran regular la atención que brindan a sus clientes, el 50% consideran que es fundamental la atención al cliente para que este regrese a su establecimiento.as del sector servicio rubro jugueterías, Centro de la ciudad de Chimbote, 2017. La investigación concluye que las principales características de la capacitación de personal en atención al cliente son: El entrenamiento del personal es deficiente ya que se realiza de manera empírica, sin seguir un proceso de diagnóstico, diseño, implantación y evaluación de la capacitación brindada, así mismo las habilidades, destrezas y competencias laborales son limitadas debido a que se contrata a personal poco preparado aunado a su formación básica la cual no está orientada a la atención al

cliente, por lo expresado anteriormente las necesidades de los clientes no pueden ser satisfechas

Torres (2016) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de un tenedor en el distrito de San Luis, 2015*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de un tenedor, en el distrito de San Luis, 2015. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los clientes ya que es importante conocer su percepción sobre la capacitación del personal en atención al cliente, siendo este el que evalúa la calidad del servicio en los restaurantes de un tenedor en el distrito de San Luis. Identificar las principales características de la capacitación de personal en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas de los restaurantes de un tenedor en el distrito de San Luis. La investigación tiene la siguiente metodología: La investigación fue de diseño no experimental transeccional, porque se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único. Siendo su propósito describir la variable en estudio. En cuanto al tipo de investigación, es descriptiva y de nivel cuantitativo, porque se buscó describir la capacitación en atención al cliente en las MYPE del rubro restaurante de un tenedor en el distrito de San Luis, 2015. La población para este estudio fueron los clientes de las MYPE del Sector Servicios - del rubro restaurantes de un tenedor en el distrito de San Luis, de los cuales se consideró a 13 establecimientos, a los cuales se les consultó sobre la cantidad de clientes en el periodo de un mes, acto seguido se totalizó las cantidades proporcionadas por los establecimientos y se prescribió una población de 6210 clientes; de la cantidad

mencionada se determinó una muestra de 362 clientes a través del muestreo aleatorio estratificado. Se obtuvo los siguientes resultados: el 35,9% de los encuestados tienen de 36 a 45 años de edad, el 51,4% de los encuestados son de género masculino, el 84,5% 15 manifestaron tener un grado de instrucción superior no universitario, el 30,1% manifestaron que los empleados del restaurante son poco amables, el 44% manifestaron que es muy aceptable la apariencia de los empleados ya que tienen una apariencia impecable, el 41% manifestaron que pocas veces el personal del restaurante orienta al cliente adecuadamente de acuerdo su necesidad, el 48% manifestaron que los conocimientos de los empleados son escasos para contestar las preguntas a los clientes, el 35% manifestaron que regularmente se establece una relación de empatía con el personal en el momento del pedido, el 39% manifestaron que regularmente los empleados informan con exactitud al cliente cuando concluye la realización del servicio, el 47% manifestaron que regularmente el personal es capaz de escuchar y responder acertadamente a las opiniones de los clientes, el 35% manifestaron que regularmente cuando un cliente tiene un problema o reclamo, el personal del restaurante, muestra un sincero interés en solucionarlo, el 41% manifestaron que pocas veces los empleados le dan una atención personalizada al cliente, el 46% manifestaron que regularmente el personal de restaurante, realiza bien el servicio a la primera vez, el 38% manifestaron que muy pocas veces el personal del restaurante, concluye el servicio en el tiempo prometido, el 38% manifestaron que pocas veces el personal es disciplinado, el 41% manifestaron que muy pocas veces el personal es responsable en el cumplimiento de sus funciones, el 38% manifestaron que regularmente los empleados se muestran dispuestos a ayudar a los clientes, 37% manifestaron que muy pocas veces los empleados responden sus preguntas con precisión, el 32%

manifestaron que pocas veces los empleados brindan información sobre los servicios que ofrecen. La investigación concluye que las principales características de la capacitación de personal en atención al cliente son: El entrenamiento del personal es deficiente ya que se realiza de manera empírica, sin seguir un proceso de diagnóstico, diseño, implantación y evaluación de la capacitación brindada, así mismo las habilidades, destrezas y competencias laborales son limitadas debido a que se contrata a personal poco preparado aunado a su formación básica la cual no está orientada a la atención al cliente, por lo expresado anteriormente las necesidades de los clientes no pueden ser satisfechas. En relación las principales características de los clientes son: La mayoría de los encuestados tienen de 36 a 45 años 16 de edad, son de género masculino y tienen un grado de instrucción superior no universitario dichas características reflejan que los clientes son más exigentes al valorar la atención que se les brinda y que en la actualidad existe disconformidad ya que perciben que los empleados no muestran cortesía y no son fiables al momento de ofrecer los servicios. Respecto a la identificación de las características de la capacitación de personal el conocimiento de los empleados en cuanto a la cortesía, la fiabilidad y la capacidad de respuesta son mínimas, esto se debe a que no se cumple con capacitarlos correctamente desde el inicio del proceso de inducción, el entrenamiento y formaciones básicas.

2.2 BASES TEÓRICAS

Las micro y pequeñas empresas

Silupu (2016) nos dice que la Mype son unidades económicas constituidas por personas jurídicas o así mismo naturales que tienen una actividad legal y tienen un rol que cumplen con sus obligaciones fiscal, estaría inscritas a RUC y así mismo tiene una modalidad de pago de tributos por ingresos derivados a una renta de tercera categoría correspondiendo a las personas jurídicas o naturales.

De acuerdo a la LEY 28015 LEY de promoción y formalización de la Micro y Pequeñas Empresas que fue promulgada el día 3 de julio del 2003. La norma estuvo vigente hasta el 30 de setiembre del 2008. A partir del 01 de octubre de 2008 entro en vigencia el decreto legislativo 1086, Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña Empresa y de acceso al empleo decente esta norma y sus modificaciones (recopiladas en el decreto supremo N° 007-2008- TR, Texto único ordenado de la ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeñas empresa y del acceso al empleo decente) son las que estuvieron vigente y que fueron modificadas por la Ley 30056.

Esta ley tiene como objetivo a la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para poder incrementar el empleo, y tengan una mejor productividad y rentabilidad, y tengas una contribución al producto bruto interno, y también para que puedan tener una ampliación del mercado interno, exportaciones y la contribución a la recaudación tributaria.

Características de las micro y pequeñas empresas

Según la ley 30056 (2016) las micro y pequeñas empresas deben de reunir las siguientes características:

1. Microempresa: el número total de trabajadores debe de ser de uno hasta diez trabajadores, las ventas anuales hasta un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
2. Pequeñas empresas: el número de trabajadores son hasta 100 trabajadores, las ventas anuales deben superar de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) hasta el monto de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
3. Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) hasta un monto máximo de 2300 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Ventajas de las micro y pequeñas empresas

Izquierdo (2017) nos dice algunas ventajas que tienen las micro y pequeñas empresas son las siguientes:

Están más cerca de sus clientes.

Es una de las ventajas más evidentes. Las medianas y sobre todo las pequeñas empresas tratarán de una manera más directa con sus clientes, lo que les posibilitará conocer con más facilidad sus necesidades y ofrecer un servicio más individualizado, e incluso establecer relaciones personales y de apego con sus usuarios. Una vez conozcan el negocio, la vinculación del cliente con la PYME frecuentemente será más sencilla que con una gran empresa.

Son más flexibles.

Por su tamaño y su estructura más sencilla, tendrán una mayor capacidad para adaptarse a los cambios. Además, les ayudará encontrarse más cerca de sus clientes, lo que les permitirá conocer las variaciones en el mercado antes que nadie. Por ejemplo, tendrán mayor capacidad para reducir su oferta en momentos en los que no haya la demanda habitual.

Tienen mayor facilidad para detectar y aprovechar pequeños nichos de mercado.

Siempre que tenga los ojos bien abiertos, una PYME tendrá una mayor capacidad para detectar y satisfacer necesidades muy específicas de sus clientes que una gran empresa, o no detectará, o no tendrá interés en cubrir, al resultar un bocado demasiado pequeño para ella.

Son más rápidas tomando decisiones.

En las PYMES la capacidad de decisión normalmente recaerá sobre una persona o sobre un grupo reducido. Ello hará que sean mucho más ágiles tomando resoluciones que las grandes empresas, en las que con frecuencia ciertas decisiones requieren activar complejos mecanismos de decisión.

Será más fácil vincular al personal con la empresa.

La mayor cercanía con la dirección y una visión más global del negocio (en las grandes empresas el trabajo de cada empleado es menos integral y más especializado) hará que resulte más fácil conectar emocionalmente al trabajador con los objetivos de la empresa. Con frecuencia ello aumentará su motivación, y por ende su productividad.

Todo el mundo se conoce.

Dentro de una pequeña o mediana empresa es más fácil formar vínculos y conocer las cualidades de los demás. Eso puede aprovecharse para aumentar el rendimiento y formar mejores equipos de trabajo. Además, en determinadas situaciones como la resolución de problemas, será mucho más sencillo repartir las tareas entre las personas que tengan un mayor conocimiento o estén más capacitadas para resolverlos.

La comunicación será más sencilla.

Al estar más próximos, será más fácil que los distintos integrantes de la empresa se comuniquen entre sí. Ello posibilitará que las nuevas ideas fluyan y los problemas se resuelvan en equipo.

Desventajas de las micro y pequeñas empresas

Izquierdo (2017) nos dice algunas ventajas que tienen las micro y pequeñas empresas son las siguientes:

Tienen más dificultades para financiarse.

Normalmente, las MYPES carecen del músculo financiero del que disponen las grandes empresas. Por ello, habitualmente necesitarán financiación externa, que también tendrán más limitada y en peores condiciones, sin capacidad de acceder a instrumentos financieros de los que sí disponen las grandes corporaciones, como la cotización en mercados bursátiles, ampliaciones de capital, etc.

Puede resultarles difícil llegar a un gran número de clientes y ganarse su confianza.

El trabajo de alcanzar a sus clientes puede ser muy arduo para una MYPE. La capacidad financiera de las grandes empresas les permite darse a conocer a través de medios masivos, como la publicidad, pero para las pequeñas y grandes empresas, llegar a un número importante de clientes puede ser una tarea que requiere años de esfuerzo. Además, al ser menos conocida que sus competidoras de mayor tamaño, para una MYPE puede resultar más difícil transmitir a sus clientes la seguridad que les pueda ofrecer una gran empresa.

No resulta fácil soportar crisis prolongadas.

A pesar de ser más flexibles para afrontar cambios, la falta de capacidad financiera puede ocasionar grandes problemas a una MYPE si se ve en la obligación de soportar largos periodos de crisis. Por ello, durante las depresiones económicas las micro y pequeñas empresas suelen enfrentar enormes dificultades para sobrevivir, lo que provoca el cierre de muchas de ellas.

Escaso poder de negociación con proveedores y clientes.

Ser una gran empresa, y generar por tanto enormes cantidades de negocio, proporciona una posición de poder a la hora de negociar con proveedores y clientes. Para una MYPE, resulta mucho más difícil conseguir condiciones beneficiosas y con frecuencia se ven obligadas a ceder más de lo que querrían.

Acceso a personal menos capacitado.

Dadas las mayores limitaciones que una MYPE suele ofrecer para desarrollar una carrera profesional (habrá menos posibilidades de ascenso), será más difícil atraer trabajadores talentosos y bien preparados, que habitualmente se verán más tentados a desarrollar sus capacidades en una gran empresa. No obstante, ello no significa que una MYPE no pueda atraer talento, sino que con frecuencia tendrá que ofrecer otro tipo de incentivos.

Tendrán más dificultades para acceder a tecnología.

Habitualmente, y de nuevo por causas financieras, una MYPE tendrá más dificultades para adaptarse a los cambios tecnológicos, lo que podría conducir a la obsolescencia. No obstante, existen soluciones tecnológicas muy interesantes y a las que una MYPE también puede acceder.

Importancia de las micros y pequeñas empresas en el Perú

Sánchez (2013) en la actualidad las micro y pequeñas empresas (Mypes) en el Perú es de vital importancia para la economía de nuestro país, según el ministerio de trabajo y promoción del empleo, tienen una gran significación por que aportan con un 40% al producto bruto interno (PBI), y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que genera; sin embargo, el desarrollo de dichas empresas se encuentra estancado, principalmente por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permite superar problemas de formalidad de estas empresas y que motiven el crecimiento sostenido de la mismas.

Importancia de las micro y pequeñas empresas en el Perú

Las Mypes han sido de gran importancia en la actividad ya que ha generado muchas puesto de trabajos para personas jóvenes o adultos que tienen la necesidad de poder salir adelante y crecer como personas (Sánchez 2016). Gracias al emprendimiento de las Mypes hubo más ingresos, haciendo que esto sea un crecimiento económico para el país

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

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

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

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

GESTIÓN DE CALIDAD

Gestión

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

Gestión de calidad

Breñas (2014) afirma que, las ventajas de tener un sistema de gestión de calidad pueden ser varias como la reducción de costes asociados a los procesos y productos, mejorar la imagen externa de la organización, aumentar nuestra presencia en el mercado, mejorar la satisfacción de los clientes.

Es decir que la gestión de calidad es un conjunto de normas correspondientes a una organización vinculadas entre sí, las cuales las empresas pueden administrar de manera organizada la calidad de la misma, esto está enfocado en la mejora continua de la calidad para obtener buenos resultados. Camision, Cruz, y Gonzales (2016)

afirma “la gestión de calidad como una opción estratégica que puede influir decisivamente en la posición de una organización ha sido postulada de manera amplia” (p.50)). La gestión de calidad es una nueva forma de gestionar que todas las empresas está usando, que rompe el paradigma de la administración tradicional en el cual el frente era el que ordenaba y los colaboradores recibían las ordenes, en este tipo de gestión ambas partes trabajan conjuntamente como un equipo.

Finalmente, para ofrecer un buen servicio o producto, se realiza un control interno y esto depende mucho de los trabajadores porque depende de ellos y el jefe de grupo para poder garantizar la calidad de un buen servicio, posicionándose en el mercado y llegando a los objetivos planteados por las organizaciones.

Organización internacional de Normalización Iso (2017) afirma que lo que se debe hacer para centrarse en el cliente es lo siguiente:

Tener la capacidad de saber a quienes atendemos, hace referencia a que se debe conocer al cliente más aún si son clientes fijos conocer ya sus gustos para poder satisfacer las necesidades que tengan, ya que debido a una mala atención se pierden ventas y no se logra la fidelización de los clientes.

Para poder tener la certeza de que los clientes están satisfechos debemos utilizar las técnicas necesarias para lograr suplir sus inquietudes, empleando por ejemplo herramientas como las técnicas de encuesta que es de suma importante ya que así conseguiremos la información precisa que se necesita para la satisfacción de ellos.

Ya que muchas veces los empresarios pensamos que solo con vender es suficiente y no con conocer a nuestro cliente, es por ello que como lo ya mencionado

anteriormente tenemos poner en practica las relaciones estrechas con los clientes para poder responder ante cualquier duda sin temor alguno.

Atención al cliente

Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes (Blanco, 2013).

Claves para mejorar atención al cliente

Según Chamorro (2018) nos dice que se tiene que tener en cuenta varios puntos para lograr el éxito en los clientes:

1. El cliente es lo primero: Es una prioridad, pero casi debería ser repetido como un amuleto por toda la organización, y especialmente por los trabajadores ligados al servicio de atención al cliente.
2. Escuchar, escuchar y escuchar: Escuchar de manera activa significa que el receptor se prepara para escuchar, se concentra en aquello que dice el emisor y que está listo para proporcionar respuestas. La escucha activa es, quizá, el factor más significativo para el éxito del proceso de atención al cliente.
3. Transmitir una imagen: Es importante transmitir una imagen ligada a algunos valores como los siguientes: Confianza, diligencia y profesionalidad, credibilidad, amabilidad y simpatía.
4. Actuar: No consiste tan sólo en escuchar al cliente de manera activa y cortés sino también en seguir el procedimiento para solventar el problema. Es decir, tomar nota de su necesidad, incidencia o petición y resolverla. Además, esta actuación debe ser: Ágil, simple y eficiente.
5. Hacer que el servicio de atención al cliente sea

muy accesible: Esto es tanto para la accesibilidad de lugar o espacio como de tiempo. Acceder al servicio ha de ser un proceso fácil, mucho mejor si es multicanal (si el cliente puede llegar por teléfono, correo electrónico, de manera presencial, etc.) y con un horario de atención amplio. 6. Trabajar en equipo: Todo el departamento de atención al cliente ha de trabajar de manera cohesionada y cooperativamente, con el objetivo común de cumplir con las expectativas del cliente. 8. Contar con un buen sistema de control de la calidad: Contar con un buen sistema de control de calidad que, entre otras cosas, pueda valorar la satisfacción del cliente con el servicio y dar fe sobre posibilidades de mejora continua. 9. Cumplir con todo lo que se promete: De lo contrario tendremos clientes frustrados que perjudicarán nuestra reputación. En la actualidad el cliente tiene muchas vías de transmitir su frustración.

Calidad en el servicio:

Según Pizzo (2015) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

El servicio como factor clave del éxito

La calidad en el servicio es la verdadera ventaja competitiva de una organización. El servicio y la atención de calidad son el reflejo del compromiso de quienes integran una institución orientada al cliente, usuario o público en general. La calidad no tiene nada de misterioso. Es un reencuentro con el cliente o público usuario, desarrollado gracias a nuestra capacidad de entendimiento, de oír su voz, su clamor, su pedido, descifrarlo y responder en términos de servicio. La orientación hacia el cliente o público usuario, permite que las organizaciones tiendan a otorgar un mejor servicio pensado en sus diferentes necesidades, gustos y deseos. (Estrada, 2015).

Cientes “Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios” (Thompson, 2016).

Los objetivos del servicio al cliente forman parte de la mercadotecnia intangible, ya que este no se siente al simple tacto, pero bien, se llega a apreciar; tiene como objetivo, según menciona Kleyman (2017) el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, logrando así, un valor percibido hacia nuestra marca. Así mismo, concierne al constante mejoramiento en el servicio al cliente, debido a que la cultura en las organizaciones se ha ido modernizando conforme lo requiere el entorno, al pasar de poner en primer plano las necesidades del cliente que las necesidades de la propia empresa.

Según Álvarez (2014) se enlistan una serie de objetivos o metas alcanzar:

- Cumplir las expectativas del cliente y despertar en él nuevas necesidades.

- Reducir o eliminar al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso productivo.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.
- Disfrutar de una categoría empresarial que aspira siempre a la excelencia

Los elementos del servicio al cliente son:

Contacto cara a cara. Es decir, la posibilidad de entrevistarse con el cliente y darle atención personalizada, no mediatizada a través de un sistema electrónico o de una llamada telefónica. Esto refuerza el nexo con el cliente y le hace sentir escuchado.

Relación clientelar. Reforzar la relación con el cliente es clave en los servicios de atención, y esto se ha puesto en evidencia gracias a las redes sociales y la cultura 2.0, en la que el branding o fidelización de las marcas se hace imperativo en la relación entre la empresa y el consumidor.

Correspondencia. La correspondencia entre cliente y empresa es clave para una atención al cliente saludable, ya que fortalece la identificación entre ambos y la resolución de los problemas que se presenten.

Reclamos y cumplidos. El cliente debe contar con alguna forma de ejercer presión para que sus problemas o insatisfacciones tengan arreglo, o fidelización de las marcas se hace imperativo en la relación entre la empresa y el consumidor.

Instalaciones. Debe brindársele al cliente la dirección física de las instalaciones a las que puede acudir para recibir contacto cara a cara. No todo, en fin, puede ser virtual o digital. (Concepto, S.F.).

Las técnicas de servicio al cliente pueden agruparse a grandes rasgos en:

Técnicas de explicación. Aquellas en las que se comunica verbalmente la mayor cantidad de información relevante al usuario para ayudarlo a tomar las decisiones más informadas sobre su consumo. Deberían responder a la fórmula: problema-solución-beneficio, de modo que se conduzca al cliente hacia la fórmula recomendada para satisfacerlo.

Técnicas de empatía. Aquellas que brindan al cliente un alto grado de involucramiento de parte de la empresa, que lo hacen sentir acompañado o parte de algo más grande. Suelen ser muy exitosas, pero requieren de mayor inversión de tiempo por operador, ya que se le brinda a cada caso una atención particular e individual.

Técnicas de interrogación. Aquellas que se basan en aplicar al cliente una serie de preguntas (de cuestionario o no) respecto a la materia de sus necesidades, para así brindarle una atención realmente especializada en la materia, en lugar de hacerle perder el tiempo en explicaciones. (Concepto, S.F.)

2.3 Marco Conceptual

Micro y pequeñas empresas.

En un concepto general acerca de las MYPES (micro y pequeñas empresas) es una unidad económica, que está constituida ya sea por una persona jurídica o natural, esta unidad económica tiene como objetivo poder desarrollar ya sea de extracción, transformación, la producción y la comercialización de bienes y servicios, las MYPES generan empleos ayudando a la población a tener un ingreso para su hogar.

Gestión de calidad

Gestión de calidad es un proceso mediante el cual coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad de la oferta usada como herramientas para la planificación, la ejecución y la evaluación de los proyectos empresariales con la calidad con fin. Se puede usar distintas metodología, técnicas y estrategias para cumplir los objetivos establecidos.

Pollerías

Es un establecimiento en donde se venden pollos a la brasa para un público en general, en su mayoría se enfocan en la buena atención a sus clientes para que puedan obtener la fidelización o clientes satisfechos etc.

Atención al cliente

Es un conjunto de funciones que cumplen las personas responsablemente de un lugar con el fin de que los clientes puedan sentirse satisfechos y puedan regresar al establecimiento

III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación: Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos aires y Pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de investigación

En el presente trabajo de investigación se utilizó el diseño de no experimental, transversal, descriptiva

Fue no experimental: porque no se manipulo deliberadamente a la variable gestión de calidad en Atención al Cliente, solo se presentó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificadores.

Fue transversal: porque el estudio de investigación Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos aires y Pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017 se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente en año 2017.

Fue descriptivo: porque solamente se describió las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de las Urbanizaciones Buenos aires y Pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

4.2 Población y muestra

Se utilizó una población de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de la urbanización Buenos aires y Pacifico, distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo.

Se utilizó una muestra de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías, 2017. Porque todas las micro y pequeñas empresas participaron. La información se obtuvo a través de la técnica de sondeo. (ver anexo3).

4.3 Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son aquellas personas de edades distintas como también de géneros, con distintos grados de instrucción que asuman un cargo desempeñándose en un determinado tiempo.	Edad	-De 18-25 años -De 26-40 años -De 41-60 años -De 60 años a mas	Cuantitativa
			Género	-Masculino -Femenino	Nominal
			Grado de instrucción académica del encuestado	-Primaria -Secundaria -Superior -Universitario superior -No universitario -Si instrucción	Nominal

			Cargo dentro de la empresa del encuestado	-Propietario - administrador -otros	Nominal
			Tiempo que desempeña el en la empresa	-De 0 a 3 años -De 4 a 6 años -De 6 a mas	Ordinal Numérico

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y Pequeñas empresas	Principales características de las micros y pequeñas empresas	Una micro empresa para el desarrollo de sus actividades tendrá una permanencia en el mercado, que su vez laborará con un número de trabajadores donde pueden ser conformadas por familiares o lo contrario a ello, con la finalidad de lograr su objetivo	Año de pertenecía en la actividad y el rubro	-De 0 a 3 años -De 3 a 6 años -De 6 a más años	Cuantitativo
			Número de trabajadores en la empresa	-De 1 a 5 -De 6 a 10 -De 11 a 15 -De 16 a mas	Cuantitativo
			Personas que trabajen en la empresa	-Familiares -No familiares	Nominal
			Objetivo	-General ganancias -Subsistencia	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores	Mediciones
Gestión de Calidad en atención al cliente	Principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas	Satisfacción con respecto a la atención al cliente con el fin que obtenga el producto en el mejor ambiente correcto para su mayor factibilidad de calidad	Término Gestión de calidad	-Si -No -Tiene cierto conocimiento	Nominal
			Técnicas modernas de la Gestión de Calidad	-Benchmarking -Atención al cliente -Las 5 C -Outsourcing -Otros -Ninguno	Nominal
			Dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de Gestión de Calidad	-Poca iniciativa Aprendizaje lento -No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto -Otros	Nominal
			Técnicas para medir el rendimiento del personal	-La observación -La evaluación -Escala de puntuaciones -Evaluación de 360° -Otros	Nominal

			Ayuda a mejorar el rendimiento del negocio	-Si -No	Nominal
			La gestión de calidad		
			Ayuda alcanzar los objetivos y metas la gestión de calidad	-Si -No -A veces	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición de Variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad	Principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas	Es un servicio que produce las empresas que prestan servicios o que comercializan los productos con	Término de atención al cliente	-Si -No -Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	-Si -No -A veces	Nominal

		<p>todos sus clientes</p>	<p>La atención al Cliente es fundamental</p>	<p>-Si -No</p>	<p>Nominal</p>
			<p>Herramientas para un servicio de calidad</p>	<p>-Comunicación -Confianza -Retroalimentación -Ninguno</p>	<p>Nominal</p>
			<p>Principales factores para la calidad al servicio</p>	<p>-Atención personalizada -rapidez en la entrega de los productos - las instalaciones -Ninguna</p>	<p>Nominal</p>
			<p>La atención que brinda a los clientes es</p>	<p>-Buena -Regular -Malo</p>	<p>Nominal</p>
			<p>Causas de una mala atención al cliente</p>	<p>-No tiene Suficiente Personal -Por una mala organización de los trabajadores.</p>	<p>Nominal</p>

				-Si brindan una buena atención al cliente	
			Resultados de una buena atención al cliente	-Clientes satisfechos -Fidelización de los clientes -Posicionamientos De la empresa -Incremento en las ventas	Nominal

4.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos

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

4.5 Plan de análisis

Después de la aplicación del cuestionario a través de la técnica de la encuesta se utilizó el programa Microsoft Excel para el procesamiento de la información y

elaboración de las tablas y figuras estadísticas, asimismo se utilizó el programa Word para redactar el trabajo de investigación además se utilizó el programa PDF para la presentación final de la investigación y asimismo se usó el programa PowerPoint para la elaboración de la Ponencia y por ultimo se utilizo el programa de antiplagio (turnitin) para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnica e Instrumento
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, del Distrito de Nuevo	Objetivo General Determinar las características de Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, del distrito de	Gestión de Calidad	Se utilizó una población de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del	Fue no experimental: porque la investigación se desarrolló sin manipular deliberadamente a la variable gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente, solo se desarrolló tal y como se presenta en la realidad.	Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario estructurado.

<p>Chimbote, Provincia del santa, 2017?</p>	<p>Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Determinar las características de los representantes del sector servicio rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.</p> <p>Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.</p> <p>Determinar las</p>		<p>Santa, 2017.</p> <p>Se utilizó una muestra de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017</p>	<p>Fue</p> <p>Transversal: porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente el año 2017. Fue</p> <p>Descriptivo: porque solamente se describió las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de las</p>	
---	---	--	--	---	--

	<p>características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.</p>			<p>Urbanizacion es Buenos Aires y Pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.</p>	
--	--	--	--	--	--

4.7 Principios éticos

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

El respeto de la protección a las personas, puesto que solo se hizo público la información obtenida voluntariamente de la situación que se encuentran las micros y pequeñas empresas, mas no la información personal de los representantes debido a que no hubo una autorización por parte de ellos para ser publico sus datos personales, razón por lo cual se mantuvo el respetó a su privacidad dentro de la investigación.

Beneficencia y no mal eficiencia, porque la información obtenida fue de uso para fines académicos, respetando el bienestar en todo momento de las personas voluntarias que participaron en la investigación.

Integridad científica, siguiendo la integridad científica fueron declarados los conflictos de intereses de la investigación, también no fueron declarados daños por parte de la persona que participaron en la investigación.

Justicia, porque el trabajo de investigación se realizó bajo el cumplimiento de las normas y reglamentos de la universidad, y haciendo uso de las buenas prácticas académicas teniendo en cuenta el trato equitativo con las personas que participaron el proceso de la investigación.

Libre de participación y derecho a estar informado: se contó con la autorización y consentimiento de las personas encuestadas con fines específicos que fueron aclarados al momento de la encuesta.

Cuidado del medio ambiente y biodiversidad, en busca del cuidado del medio ambiente se enviaron los trabajos al correo electrónico, así como la plataforma del Entorno Virtual Angelino. Para la presentación del trabajo final solo se imprimió los documentos finales

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías en la urbanización Buenos Aires y Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

Datos generales	N	%
Edad		
18 a 30 años	2	18.18
31 a 50 años	7	63.64
51 a más años	2	18.18
Total	11	100.00
Genero		
Masculino	5	45.45
Femenino	6	54.55
Total	11	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	4	36.36
Primaria	0	0.00
Secundaria	2	18.18
superior no universitaria	5	45.45
Superior universitaria	0	0.00
Total	11	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	4	36.36
administrador	7	63.64
Total	11	100.00
permanencia en el cargo		
0 a 3 años	2	18.18
4 a 6 años	4	36.36
7 a más años	5	45.45
Total	11	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de la urbanización Buenos Aires y Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de la urbanización Buenos Aires y Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

De las micro y pequeñas empresas	N	%
Tiempo de Permanencia en el rubro		
0 a 3 años	1	9.09
4 a 6 años	6	54.55
7 a más años	4	36.36
Total	11	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	10	90.91
6 a 10 trabajadores	1	9.09
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	11	100.00
Las Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	5	45.45
Personas no familiares	6	54.55
Total	11	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	6	54.55
Subsistencia	5	45.45
Total	11	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

Tabla 3 *Características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017*

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Conocimiento del término gestión de calidad		
Si	7	63.64
No	2	18.18
Tiene poco conocimiento	2	18.18
Total	11	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	7	63.64
Emporwent	2	18.18
Las 5 c	0	0.00
Outsourcing	2	18.18
Otros	0	0.00
Total	11	100.00
Dificultades de implementación de G.C		
Poca iniciativa	0	0.00
Aprendizaje lento	1	9.09
No se adapta a los cambios	7	63.64
Desconocimiento del puesto	2	18.18
Otros	1	9.09
Total	11	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	3	27.27
La evaluación	7	63.64
Escala de puntuaciones	1	9.09
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	11	100.00
La gestión de calidad ayuda a mejorar el negocio		
Si	9	81.82
No	2	18.18
Total	11	100.00
Ayudo a alcanzar los objetivos y metas trazadas en la empresa la gestión		
Si	8	72.73
No	3	27.27
A veces	0	0.00
Total	11	100.00
Conocimiento del término de atención al cliente		
Si	7	63.64
No	4	36.36
Tiene cierto conocimiento	0	0.00
Total	11	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Aplica la Gestión de Calidad en el servicio que brinda al cliente		
Si	8	72.73
No	0	0.00
A veces	3	27.27
Total	11	100.00
La atención al cliente es fundamental		
Si	7	63.64
No	4	36.36
Total	11	100.00
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	3	27.27
Confianza	2	18.18
Retroalimentación	6	54.55
Ninguno	0	0.00
Total	11	100.00
Principales factores para la calidad al servicio		
Atención personalizada	3	27.27
Rapidez en la entrega de los productos	7	63.64
Las instalaciones	1	9.09
Ninguno	0	0.00
Total	11	100.00
La atención que brinda a los clientes		
Buena	8	72.73
Regular	3	27.27
Malo	0	0.00
Total	11	100.00
Se está dando una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	0	0.00
Por una mala organización de los trabajadores	4	36.36
Si brinda una buena atención al cliente	7	63.64
Total	11	100.00

Continua...

Tabla 3

Características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017

	Concluye...	
Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	4	36.36
Fidelización de los clientes	6	54.55
Posicionamiento de la empresa	1	9.09
Incremento en las ventas	0	0.00
Total	11	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

5.2 Análisis de resultado:

Tabla 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

Edad de los representantes: El 63.64% tienen un promedio de entre 31 a 50 años (Tabla 1), lo cual coinciden con Trujillo (2016), ya que los representantes de las micro y pequeñas empresas el 53.33% tienen de 31 - 40 años de edad, también coincide con Ríos (2015), el 35% los representantes legales de las MYPES encuestadas su edad fluctúa entre 35 – 44, asimismo coincide con Alayo (2017), ya que el 62,5% tienen entre 31 a 50 años asimismo coincide con los de Torres (2016), el cual determina que el 35.9% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestados tienen de 36 a 45 años de edad. Pero contrasta con Antúnez (2017), el cual determina que el 72.2% de los representantes de las micro y pequeñas encuestadas tienen de 51 a más años de edad, también contrasta con Ayambo (2017), el cual determina que el 45% está en el rango de 40 a 50 años. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, son personas adultas de 31 a 50 años de edad, designadas para administrar estas microempresas.

Género de los representantes: El 54.55% son de género femenino (Tabla 1). Estos resultados coinciden con Alayo (2017), ya que el 68,8% son de género femenino. Pero contrasta con Antúnez (2017), ya que el 63.6% son de género masculino, también contrasta con Trujillo (2016), ya que el 60% son de género masculino, asimismo contrasta con Ayambo (2017), ya que el 80% son de género masculino, también

contrasta con Ríos (2015), ya que el 65% son de género masculino, asimismo contrasta con Torres (2016), ya que el 51,4% de los encuestados son de género masculino. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que la mayoría de hombres son emprendedores y quieren liderar en el mercado.

Grado de instrucción de los representantes: El 45.45% tienen un grado de instrucción Superior No Universitaria (Tabla 1). Estos resultados coinciden con Torres (2016), ya que el 84,5% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas manifestaron tener un grado de instrucción superior no universitario. Pero estos resultados contrastan con Antúnez (2017), ya que el 45.5% su grado de instrucción tiene estudios superiores, también contrasta con, Sáenz (2016), ya que el 50% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas tienen como grado de instrucción secundaria completa, también contrasta con Trujillo (2014), ya que el 40% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas tienen estudios secundarios u otros conocimientos, también contrasta con Ríos (2015), ya que los representantes legales de las MYPES encuestadas predomina la instrucción superior universitaria completa con 60%. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que la mayoría de los representantes estudio para poder tener un estudio superior y tener más conocimientos para las micro empresas que formaron.

Cargo que desempeñan los representantes: El 63.64% desempeñan el cargo de administradores (Tabla 1). Estos resultados contrastan con Alayo (2017), ya que el

75% se desempeñan como dueños. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que no importa mucho el cargo que tengan, lo importante realmente es que sobresalgan en el mercado.

Tiempo que desempeñan los representantes en el cargo: El 45.45% que desempeñan en el cargo es de 7 a más años (Tabla 1). Estos resultados coinciden con Ríos (2015), ya que nos dice el tiempo que predomina es de 5-7 años con un 50%. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, más de la mitad de ellos llevan desempeñando el cargo a un tiempo de 7 a más años.

Tabla 2: Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

Tiempo de permanencia en el rubro: El 54.55% el tiempo de permanencia en el rubro es de 4 a 6 años (Tabla 2). Estos resultados coinciden con Antúnez (2017), ya que el 68.2% tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, también coinciden con Ayambo (2017), ya que el 50% de las mypes permanecen en el rubro de 4 a 6 años. Pero estos resultados contrastan con Ríos (2015), ya que el 60% tiene de 5 a 7 años en el rubro, también contrasta con Alayo (2017), ya que el 43,8% de las MYPES tienen más de 7 años en el rubro. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones

Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que los años que tienen de permanencia en el rubro no son mucho, pero tienen buen número de clientes.

Número de trabajadores en las micro y pequeñas empresas: El 91%, cuentan con 1 a 5 trabajadores (Tabla 2). Estos resultados tienen coincidencia con Alayo (2017), ya que el 68,8% tienen de 1 a 5 trabajadores, también coincide con Antúnez (2017), ya que el 63.3% tiene de 1 a 5 trabajadores, Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que las mypes optan por tener varios trabajadores.

Personas que trabajan en la empresa: El 54.55% tienen a personas no familiares trabajando en su empresa y el 45.45% a personas familiares. Estos resultados nos demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que la mayoría prefieren contratan a personas no familiares

Objetivo de creación: El 54.55% tiene como objetivo generar ganancia y el 45.45% de subsistencia. Estos resultados nos demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que las microempresas tratan de surgir para sustentar a sus familias.

Tabla 3: Características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

Conocimiento del término de Gestión de Calidad de los representantes: El 63.64%, si tienen conocimiento del término Gestión de Calidad (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Antúnez (2017), ya que el 59.1% si conocen de gestión de calidad, también coincide con Ayambo (2017), ya que el 45% si conocen de gestión de calidad y utiliza un plan de negocio para ello, asimismo coincide con Ríos (2015), ya que el 50% de los representantes legales si conoce de gestión de calidad. Estos resultados nos demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que las mypes tienen conocimientos del término Gestión de Calidad y lo aplican en sus negocios para obtener mejores resultados.

Conocimiento de las técnicas modernas de la Gestión de Calidad de los representantes: El 63.64% tiene como técnica moderna la atención al cliente (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Alayo (2017), ya que el 50% utilizan atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad. Pero contrastan con Antúnez (2017), ya que el 40.9% tiene como técnica de gestión la mejora continua. Estos resultados concluyen que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que las mypes tratan de informarse para que puedan aplicar alguna de técnica moderna que le sea beneficioso para su empresa.

Dificultades del personal para la implementación de la Gestión de Calidad: El 63.64% no se adaptan a los cambios y el 9.09% tienen aprendizaje lento como dificultad que impiden la implementación. Estos resultados concluyen que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que no se les está capacitando de manera adecuada a los trabajadores para que puedan cumplir con sus funciones laborales.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 63.64% tiene como técnica para medir el rendimiento del personal, la Evaluación (Tabla 3). Estos resultados contrastan con Antúnez (2017), ya que el 40.9% tiene como técnica de gestión la mejora continua, también contrasta con Alayo (2017), ya que el 75% utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal. Estos resultados concluyen que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que no todas las mypes están aplicando técnicas para poder medir el rendimiento de su personal pero que algunas si ponen en práctica para una mejora de sus negocios.

Rendimiento del negocio con la Gestión calidad: El 81.82% nos dice que la Gestión de Calidad si ayuda a mejorar el rendimiento y el 18.18% piensan que no ayuda (Tabla 3). Estos resultados nos demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que la mayoría de las mypes si toman en cuenta la Gestión de Calidad para el crecimiento de su empresa.

Gestión ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa: El 64.64% considera que si ayuda a alcanzar los objetivos y el 18.18% considera que no (Tabla 3). Estos resultados concluyen que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que muchos de los empresarios si toman la importancia debida a la Gestión de Calidad.

Conoce el término de atención al cliente: El 63.64% si conoce el término de atención al cliente (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Alayo (2017), ya que el 100% conocen el término atención al cliente. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que no todas las empresas tienen suficiente conocimiento sobre atención al cliente.

Aplica la Gestión de Calidad en el servicio que brinda a sus clientes: el 72.73% si lo aplica y el 27.27% solo en ocasiones. (Tabla 3). Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que la mayoría de las mypes si aplican la Gestión de Calidad para que puedan brindar un buen servicio a su cliente.

La atención al cliente es fundamental para que regrese a su establecimiento: El 63.64% considera que si es fundamental para que regrese a su establecimiento (Tabla3). Estos resultados coinciden con Alayo (2017), ya que el 50% considera que es fundamental la atención al cliente para que este regrese a su establecimiento. Estos

resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que la mayoría de mypes si considera la atención al cliente fundamental para sus negocios.

Herramientas que utiliza para un buen servicio: El 54.55% utiliza la retroalimentación y el 27.27% la comunicación para un buen servicio (Tabla 3). Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que es necesario aplicar algún tipo de herramienta a la empresa para poder brindar un buen servicio y de calidad.

Principales factores: El 63.6% tiene como factor principal la rapidez en la entrega de los productos (Tabla 3). Estos resultados contrastan con Ríos (2015), ya que un 45% de las mypes encuestadas es que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención al cliente. Estos resultados nos demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que pocas mypes aplican algunos factores que puedan ayudar en la microempresa.

Atención que brinda a los clientes: El 72.73% tiene buena atención que brinda a su cliente (Tabla 3). Estos resultados contrastan con Alayo (2017), ya el 62,5% consideran regular la atención que brindan a sus clientes. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo

Chimbote, Provincia del santa, 2017, que la mayoría de las mype tiene una buena atención, pero en algunas otras les falta mejorar eso.

Consideran que dan una mala atención al cliente: El 63.64% si brindan una buena atención al cliente y el 36.36% brindan una mala atención por una mala organización de los trabajadores. Estos resultados demuestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, que no todas las empresas brindan una buena atención al cliente por la falta de conocimientos.

Resultados que han logrado brindando una buena atención al cliente: El 54.55% tuvo fidelización de los clientes y el 36.36% clientes satisfechos. Estos resultados concluyen Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017, demuestran que algunas mypes han logrado buenos resultados.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017. Tienen edad promedio de entre 31 a 50 años, son de género femenino, el cargo que desempeñan es de administrador. La minoría el tiempo que desempeñan en el cargo es de 7 a más años, tienen un grado de instrucción superior no universitaria.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017. El tiempo de permanencia que tienen en el rubro es de 4 a 6 años, el número de trabajadores es de 1 a 5 trabajadores, las personas que trabajan en su empresa son personas no familiares, tienen como objetivo de creación generar ganancia.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017. Si conoce el término de gestión de calidad, tienen como técnica moderna de la gestión de calidad la atención al cliente, tiene como dificultad que impiden a los trabajadores a la implementación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios, tienen como técnica para medir el rendimiento del personal la evaluación, ellos consideran que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, también consideran que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, ellos si conocen el termino de atención al cliente, si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, consideran que la atención al cliente si es fundamental para

que este regrese al establecimiento, la herramienta que utilizan para un servicio de calidad es la retroalimentación, los principales factores para la calidad al servicio es la rapidez en la entrega de los productos, la atención que brindan a los clientes es buena, consideran que no están dando una mala atención al cliente, resultados que han logrado brindando una buena atención al cliente es la fidelización de los clientes.

ASPECTO COMPLEMENTARIOS

Recomendación

Implementar una mejora continua mediante una constante capacitación a los representantes y trabajadores de las Mypes en el tema de gestión administrativas y de nuevas estrategias que permitan alcanzar los objetivos, para que puedan obtener mejores conocimientos y puedan brindar mejores servicios a sus clientes e ir posicionándose en el mercado y así obtener mejores ventas e ingresos.

Mejorar la estructura organizacional del área específica para atender toda dificultad o incomodidad de los clientes para que puedan solucionarlo y mantener a los clientes satisfechos, asimismo evitar todo tipo de errores y mantenernos al tanto de todas las quejas para estar seguros de la conformidad con el servicio y la calidad.

Innovar constantemente en sus estrategias de atención al cliente, esto permitiría que los clientes se sientan identificados con la Mypes, debido a que tiene un buen servicio y una buena atención, asimismo nos permitirán obtener la fidelización de los clientes y así seguir creciendo para ser líderes en el mercado y no caer en declive.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alayo, A. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/1236789/5765>
- Álvarez, C. (2014). *Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad*. Recuperado De: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Ayambo, E. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicio, Rubro pollerías, en el distrito de Callería, año 2017*. Recuperado De <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/12345789/3651>
- 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 Huarney, 2016*. Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Blanco, B. (2015). *Atención al cliente*. Recuperado De: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli82.pdf>
- Breña, A. (2014). *Ventajas de gestión de calidad*. Recuperado de: <http://www.escuelamanagement.eu/direccion-general-2/7-ventajas-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad>
- Chamorro, S. (2018). *Claves para la atención al cliente*. Recuperado de: <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>
- Economía (2017). *Importancia de las mypes*. Recuperado de <https://www.pqs.pe/economia/mypes-importancia-economia-peru>
- Estrada, W. (2015). *Servicio y atención al cliente*. Recuperado De: <http://historico.pj.gob.pe/CorteSuprema/cij/documentos/ServicioAtencionCliente110708.pdf>
- Galeón (2014). *Evolución de las micro y pequeñas empresas MYPE en el Perú*. Recuperado de: <http://formacione.galeon.com/productos2140191.html>

- Garrido, J. (2016). *Problemas de las mypes*. Recuperado de: <http://archivo.peru21.pe/noticia/331925/problema-mype-informalidad>
- Gómez, D. (2018). *Las pymes españolas no crecen por un problema de mentalidad y burocracia*. Recuperado de: <https://alnavio.com/noticia/13909/delared/las-pymes-espanolas-no-crecen-por-un-problema-de-mentalidad-y-burocracia.html>
- Henríquez, L. (2016). *La situación de las micro y pequeñas empresas en Chile*. Recuperado de: <http://www.redmicrofinanzas.cl/web/wpcontent/uploads/2010/07/Libro-Sercotec-OIT-Abril-2010.pdf>
- Iso (2017). *Enfoque al cliente, principio de un sistema de Gestión*. Recuperado de: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/0>
- Izquierdo, R. (2017). *Ventajas y desventajas de las mypes*. Recuperado de: <https://integriaims.com/ventajas-y-desventajas-de-las-mypes/>
- Maroto, S. (2014). *La gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas rey agro*. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6948/1/tesis007%20%20%20Gesti%C3%B3n%20de%20Empresas%20Agr%C3%ADcolas%20y%20manejo%20de%20poscosecha%20-CD%20219.pdf>
- Ley 28015. (2016). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Torres, L. (2016). *Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes de un tenedor en el distrito de San Luis, 2015*. Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Pantigoso, F. (2015). *Mypes en el Perú*. Recuperado de: <https://integriaims.com/mypes-en-el-Perú-producto-bruto-interno/>
- Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio*. Recuperado De: <http://como-servirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>

- Ríos, M. (2015). *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014*. Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Sánchez, A. (2016). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de gyalan, Zacapa*. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Sánchez, B. (2016). *Mypes en Perú y su importancia*. Recuperado de: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433>
- Salinas, G. (2013). *Dificultades de las pymes en Colombia*. Recuperado de: <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/37820Latina%20y%20Colombia%20para%20lograr%20ser%20competitivas%20y%20sosteni.pdf?sequence=&isAllowed=y>
- Thompson, I. (2014) *Definición de cliente*. Recuperado el 30 de agosto de 2013, de la fuente Recuperado
De: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Trujillo, L. (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes distrito de Huaraz, 2014*. Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Upela (2015). *Pymes y profesionales “pensar de manera global volviéndose flexibles”*. Recuperado de: <https://www.upela.com/es/blog/pme-e-commercants-penser-mondial-en-devenant-flexible-74.html>

ANEXOS

Anexo 1

Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2017				Año 2018				Año 2019							
		Semestre II				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del Proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X	X	X	X								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos									X							

7	Elaboración del consentimiento informado									X							
8	Recolección de datos										X						
9	Presentación de resultados																
10	Análisis e Interpretación de los resultados										X						
11	Redacción del informe preliminar											X					
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación											X					
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación												X	X			
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X	
15	Redacción de artículo científico																X

ANEXO 2

PRESUPUESTO

Presupuesto desembolsable (estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	10.00	6	30.00
• Fotocopias	9.00	8	72.00
• Empastado	100.00	1	50.00
• Papel bond A-4 (500hojas)	4.00	1	4.00
• Lapiceros	2.00	1	2.00
Servicios			
Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			258.00
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar Información	120.00	1	100.00
Sub total			100.00
Total de presupuesto desembolsable			358.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University-MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total I			400.00
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total I			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			1,010

ANEXO 3

CUADRO DE SONDEO

N° DE MYPE	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	NOMBRE DEL DUEÑO
1	POLLERIA "NAPO"	URB. EL PACIFICO AV. PACIFICO Mz L2 Lt 19	INVERSIONES POECO S.A.C.
2	POLLERÍA " SOLSOL "	URB. PACIFICO MZ. L2, LOTE 20; AV. PACIFICO.	SOLSOL DE ALCANTARA ANA MARIA
3	POLLERIA "DORIS "	URB. BUENOS AIRES II ETAPA Mz. B1 - Lt. 15	DORIS MONICA CARMELINO SOLIS
4	POLLERIA "EL BANQUETE"	AV PACIFICO MZ I2 LT 51	IRAIDA SABINA MANTILLA MORE
5	POLLERIA " LA GRANJA LINDA"	URB. BUENOS AIRES MZ. H - LT. 05	ANDARPA INVERSIONES S.A.C.
6	POLLERIA "NAPO`S CHICKEN`S"	URB. BUENOS AIRES I ETAPA AV. PACIFICO N° 370	INVERSIONES CONDORICAR E.I.R.L.
7	POLLERIA " EL ABUELO JOSIAS"	URB. PACIFICO Mz. K2 Lt. 64	PAREDES VASQUEZ SEGUNDO SANTOS
8	POLLERIA "LA GRANJA LINDA"	URB. EL PACIFICO Mz M2 Lt 01	PLA TRADING S.A.C.
9	POLLERIA "ALFA MAS"	URB EL PACIFICO MZ I2 LT 67	QUINTO POLLO S.A.C.
10	POLLERIA "LA GRANJA LINDA"	URB. EL PACIFICO AV. COUNTRY MZ M2 LT 01	ANDARPA INVERSIONES S.A.C.
11	POLLERIA " BROZETOS CHICKEN GRILL"	Urb. PACIFICO Mz. L2 Lt. 21 Av. COUNTRY	LUMIRJO S.A.C.

ANEXO 4

CUESTIONARIO DE ATENCION AL CLIENTE



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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas de las Urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico sector servicio rubro pollerías, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017. Para el trabajo de Investigación para optar el grado Académico de Bachiller en Ciencias Administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

a) 18 – 30 años

b) 31 – 50 años

c) 51 a más años

2. Género

a) Masculino

b) Femenino

3. Grado de instrucción

a) Sin instrucción

b) Educación básica

c) Superior no universitaria

d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

a) Dueño

b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

a) 0 a 3 años

b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

a) 0 a 3 años

b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

7. Número de Trabajadores

a) 1 a 5 trabajadores

b) 6 a 10 trabajadores

c) 11 a más trabajadores.

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

a) Familiares

b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

a) Generar ganancia

b) Subsistencia

2. Referente a la variable gestión de calidad

2.1. Gestión de calidad

10. ¿Conoce el 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 para la calidad al servicio que brinda.

a) Atención personalizada

b) Rapidez en la entrega de los productos

c) Las instalaciones

d) Ninguna

21. La atención que brinda a los clientes es:

a) Buena

b) Regular

c) Malo

22. 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

Hoja de Tabulación

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías en la urbanización Buenos Aires y Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad	a) 18 a 30 años	II	2	10.0
	b) 31 a 50 años	IIIIIIII	7	70.0
	c) 51 a más años	II	2	20.0
	Total	IIIIIIIIII- I	11	100.0
Género	a) Masculino	IIII	5	25.0
	b) Femenino	IIIIII	6	75.0
	Total	IIIIIIIIII- I	11	100.0
Grado de instrucción	a) Sin instrucción	IIII	4	0.0
	b) Primaria		0	0.0
	c) Secundaria	II	2	60.0
	d) Superior no universitaria	IIII	5	10.0
	e) Superior universitaria		0	30.0
	Total	IIIIIIIIII- I	11	100.0
Cargo que desempeña	a) Dueño	IIII	4	80.0
	b) Administrador	IIIIII	7	20.0
	Total	IIIIIIIIII- I	11	100.0
Tiempo que desempeña en el cargo	a) 0 a 3 años	II	2	20.0
	b) 4 a 6 años	IIII	4	30.0
	c) 7 a más años	IIII	5	50.0
	Total	IIIIIIIIII- I	11	100.0

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de la urbanización Buenos Aires y Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia de la empresa	a)0 a 3 años	I	1	9.09
	b)4 a 6 años	IIIIII	6	54.55
	c)7 a más años	IIII	4	36.36
	Total	IIIIIIII – I	11	100.00
Número de trabajadores	a)1 a 5 trabajadores	IIIIIIII	10	90.91
	b)6 a 10 trabajadores	I	1	9.09
	c)11 a más trabajadores		0	0.0
	Total	IIIIIIII – I	11	100.00
Las personas que trabajan son	a) Familiares	IIII	5	45.45
	b) Personas no familiares	IIII	6	54.55
	Total	IIIIIIII – I	11	100.00
Objetivo de creación	a) Generar ganancia	IIII	6	54.55
	b) Subsistencia	IIII	5	45.45
	Total	IIIIIIII – I	11	100.00

Tabla 3: Características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el término gestión de calidad	a) Si	IIIIII	7	63.64
	b) No	II	2	18.18
	c) Tiene poco conocimiento	II	2	18.18
	Total	IIIIIIII - I	11	100.0
Técnicas modernas de gestión de calidad que conoce	a) Benchmarking		0	0.0
	b) Atención al cliente	IIIIII	7	63.64
	c) Empowerment	II	2	18.18
	d) Las 5 c		0	0.0
	e) Outsourcing	II	2	18.18
	f) Otros		0	0.0
	Total	IIIIIIII - I	11	100.0
Dificultad para implementar gestión de calidad	a) Poca iniciativa		0	0.0
	b) Aprendizaje lento	I	1	9.09
	c) No se adapta a los cambios	IIIIII	7	63.64
	d) Desconocimiento del puesto	II	2	18.18
	e) Otros	I	1	9.09
	Total	IIIIIIII - I	11	100.0
Técnica para medir el rendimiento del personal	a) La observación	III	3	27.27
	b) La evaluación	IIIIII	7	63.64
	c) Escala de puntuaciones	I	1	9.09
	d) Evaluación de 360°		0	0.0
	Otros		0	0.0
	Total	IIIIIIII - I	11	100.0
La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	a) Si	IIIIIIII	9	81.82
	b) No	II	2	18.18
	Total	IIIIIIII - I	11	100.0
La gestión ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa	a) Si	IIIIII	8	72.73
	b) No	III	3	27.27
	c) A veces		0	9.09
	Total	IIIIIIII - I	11	100.0
Conoce el término de atención al cliente	a) Si	IIIIII	7	63.64
	b) No	III	4	36.36
	c) Tiene cierto conocimiento		0	0.0
	Total	IIIIIIII - I	11	100.0

Aplica la Gestión de Calidad en el servicio que brinda a sus clientes	a) Si		8	72.73
	b) No		0	0.0
	c) A veces		3	27.27
	Total	-	11	100.0
La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento	a) Si		7	63.64
	b) No		4	36.36
	Total	-	11	100.0
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	a) Comunicación		3	27.27
	b) Confianza		2	18.18
	c) Retroalimentación		6	54.55
	d) Ninguno		0	0.0
	Total	-	11	100.0
Principales factores para la calidad al servicio	a) Atención personalizada		3	27.27
	b) Rapidez en la entrega de los productos		7	63.64
	c) Las instalaciones		1	9.09
	d) Ninguno		0	0.0
	Total	-	11	100.0
La atención que brinda a los clientes	a) Buena		8	72.73
	b) Regular		3	27.27
	c) Malo		0	0.0
	Total	-	11	100.0

Se está dando una mala atención al cliente	a) No tiene suficiente personal		0	0.0
	b) Por una mala organización de los trabajadores	IIII	4	36.36
	c) Si brinda una buena atención al cliente	IIIIIIII	7	63.64
	Total	IIIIIIIIII - I	11	100.0
Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente	a) Clientes satisfechos	IIII	4	36.36
	b) Fidelización de los clientes	IIIIII	6	54.55
	c) Posicionamiento de la empresa	I	1	9.09
	d) Incremento en las ventas		0	0.00
	Total	IIIIIIIIII - I	11	100.0

ANEXO 6

Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

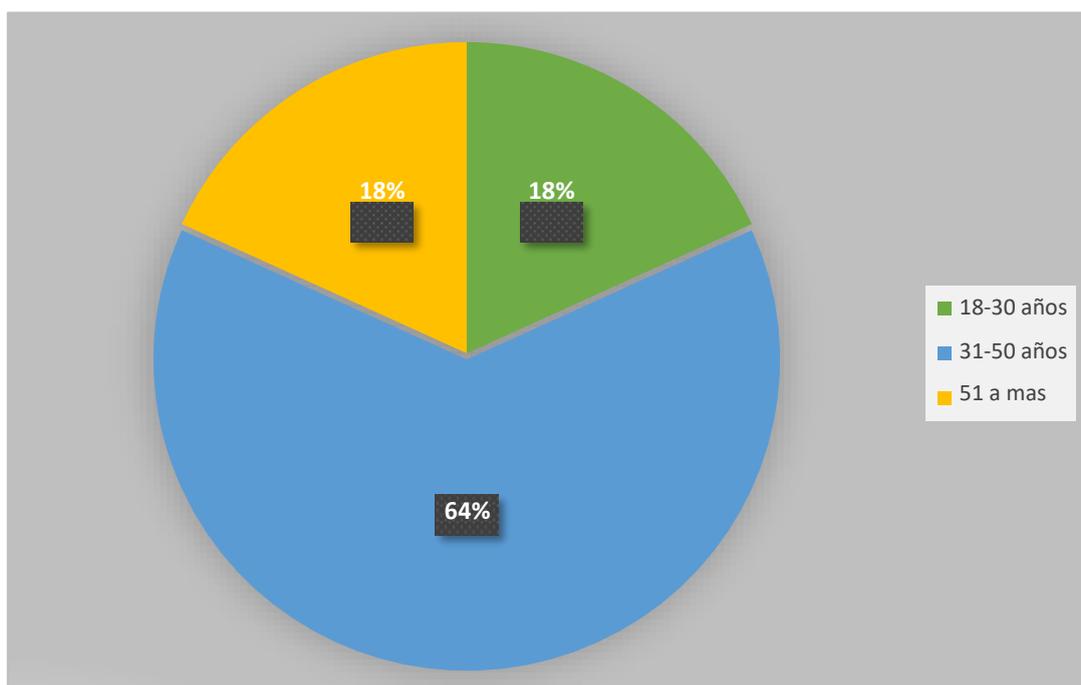


Figura 1. Edad de los representantes

Fuente. Tabla 1

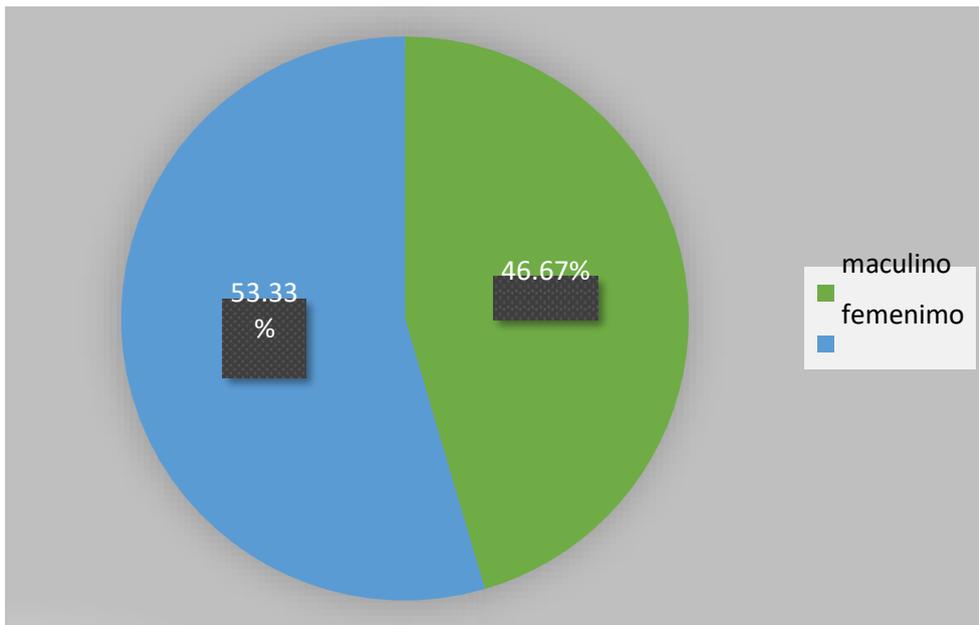


Figura 2. Genero de los representantes

Fuente. Tabla 1

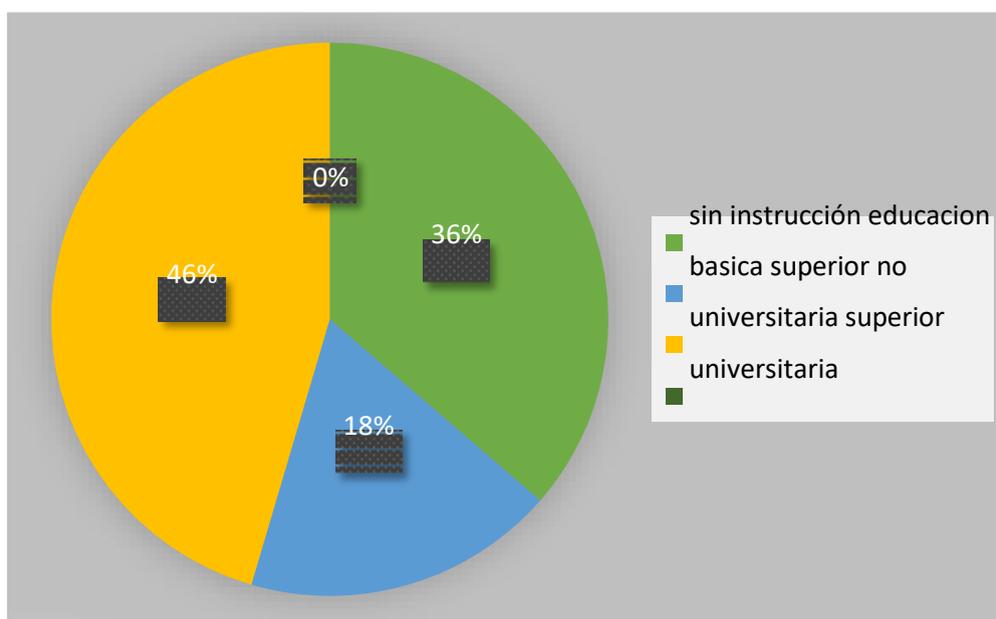


Figura 3. Grado de instrucción de los representantes

Fuente. Tabla 1

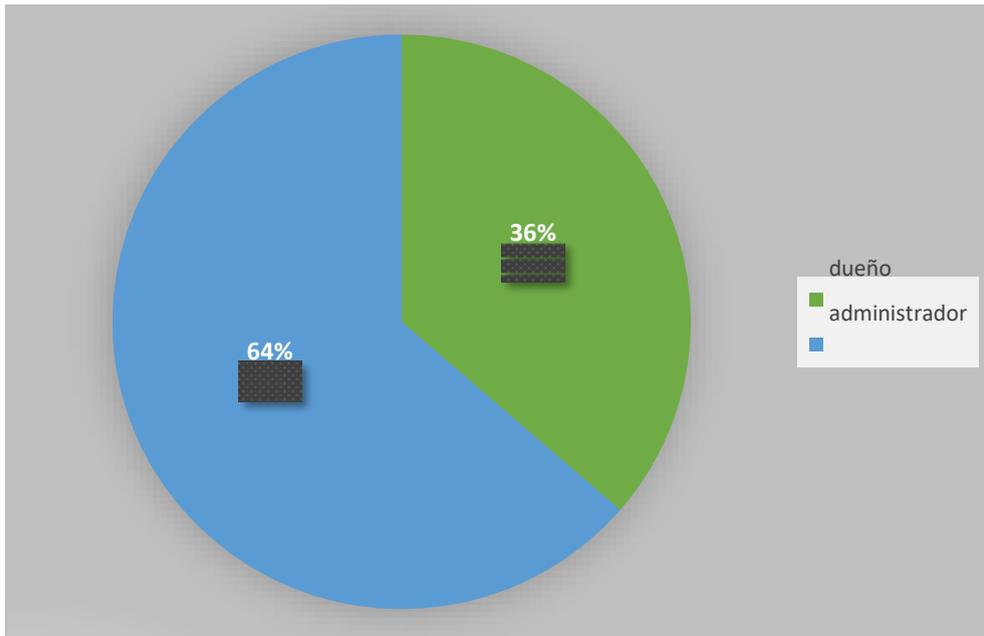


Figura 4. Cargo que desempeña los representantes

Fuente. Tabla 1

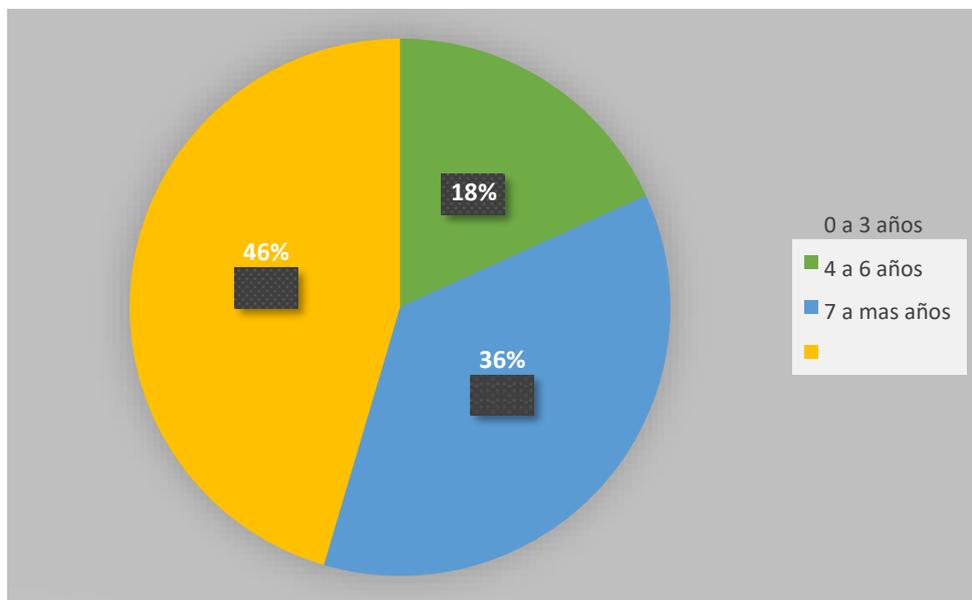


Figura 5. Tiempo que desempeñan en el cargo los representantes

Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017

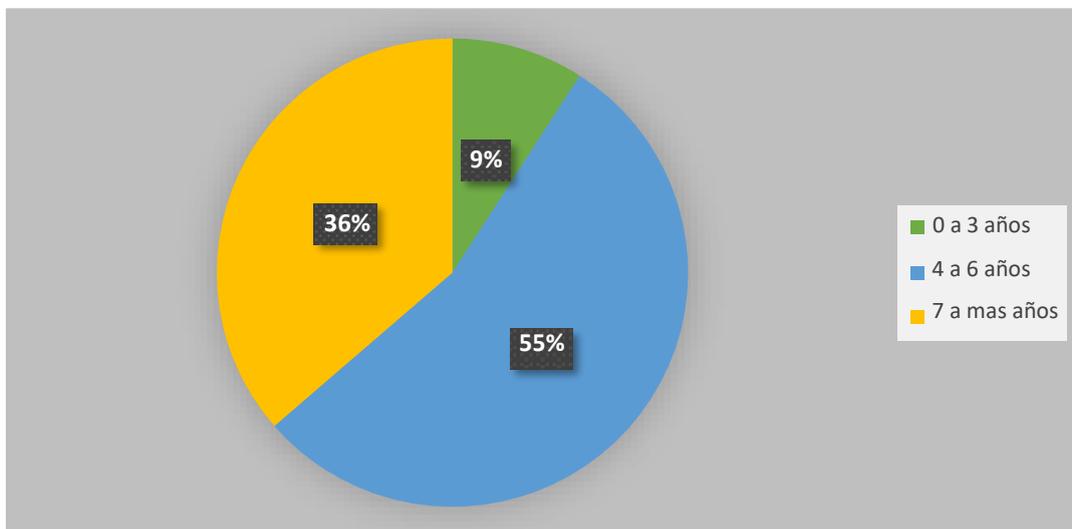


Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro

Fuente. Tabla 2

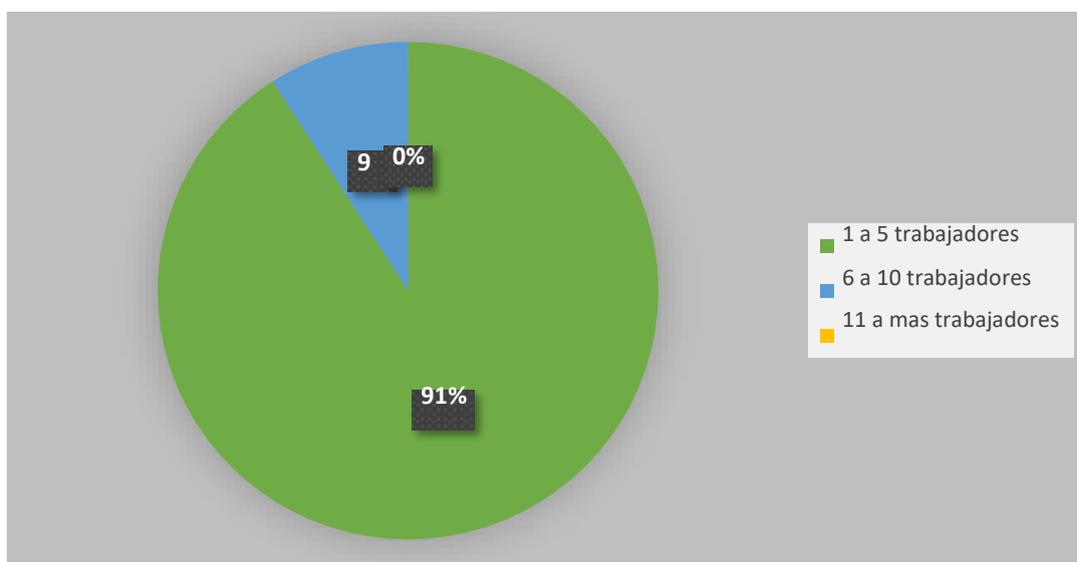


Figura 7. número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

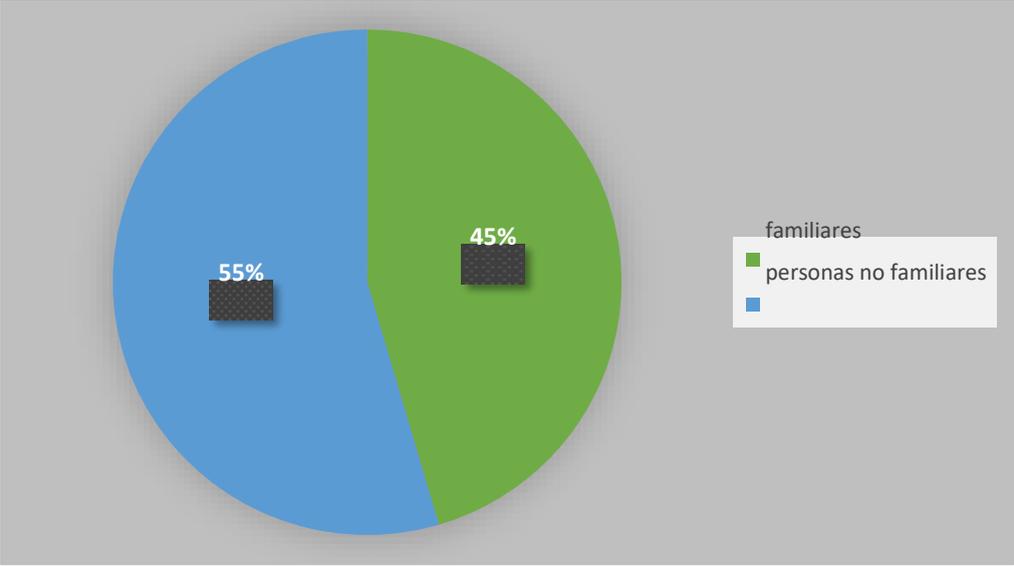


Figura 8. Personas que trabajan en la empresa

Fuente. Tabla 2

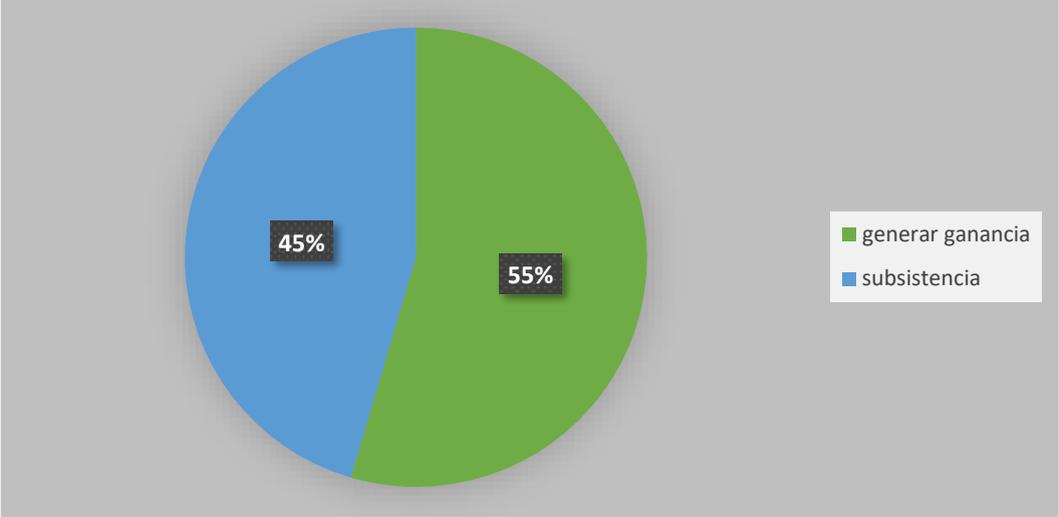


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 2

Características de Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Buenos Aires y Pacífico, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del santa, 2017.

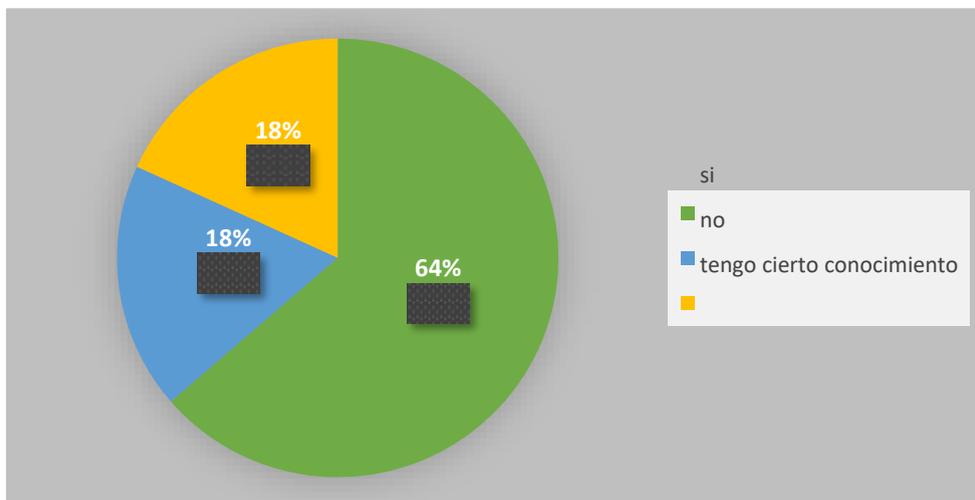


Figura 10. Conoce el termino de gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

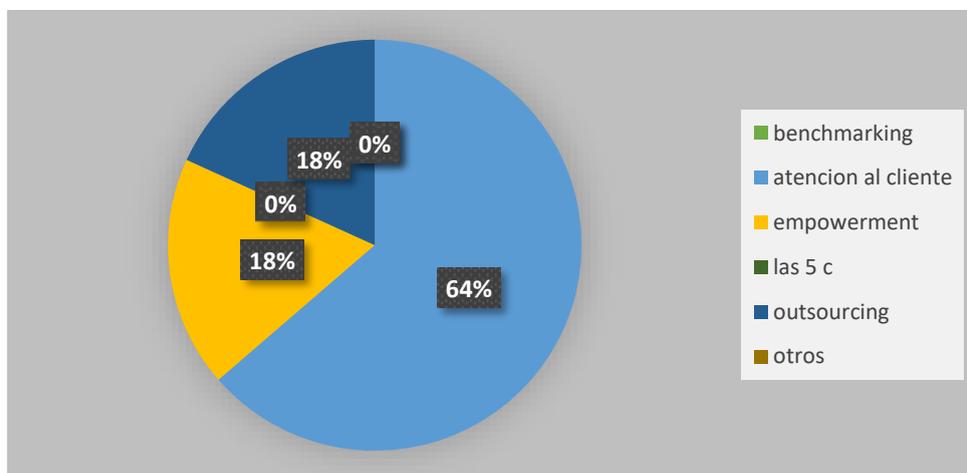


Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce

Fuente. Tabla 3

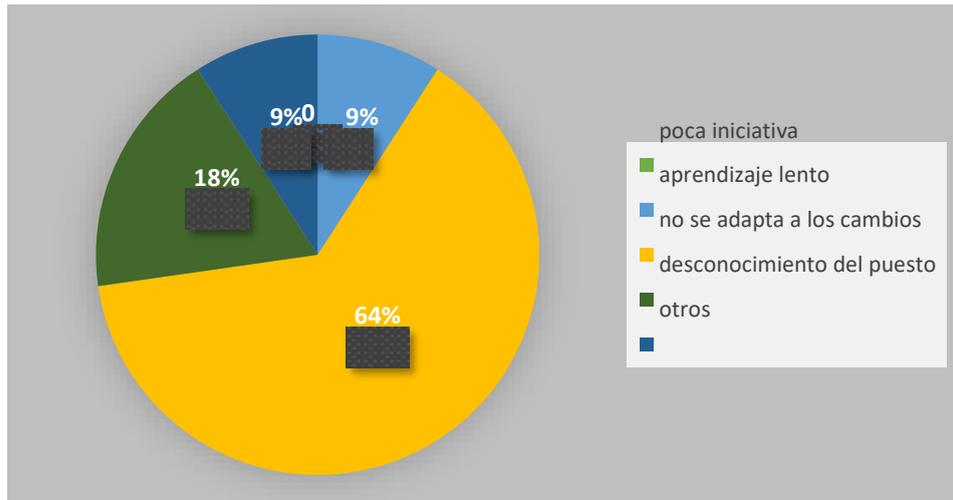


Figura 12. Dificultad que tienen los trabajadores que impiden la implementación de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

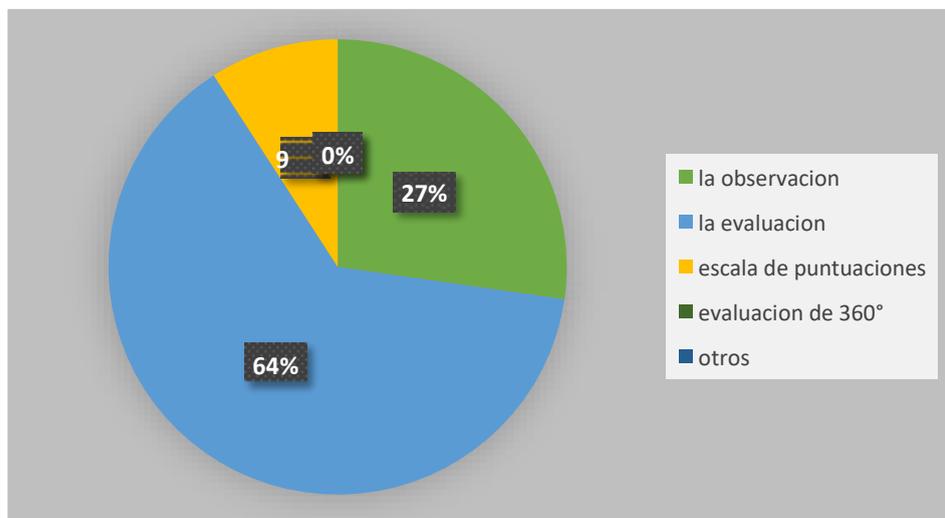


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente. Tabla 3

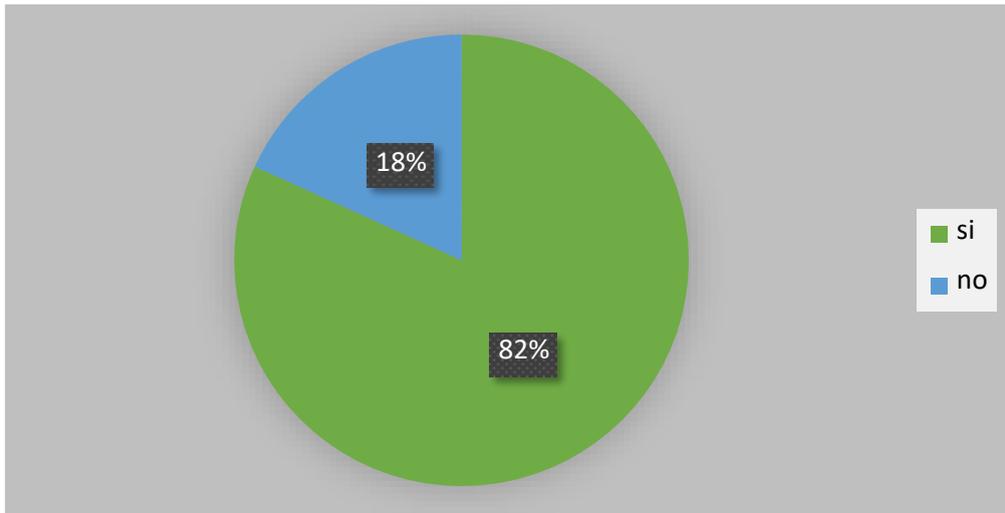


Figura 14. La gestión de calidad ayuda a contribuir el rendimiento del negocio
Fuente. Tabla 3

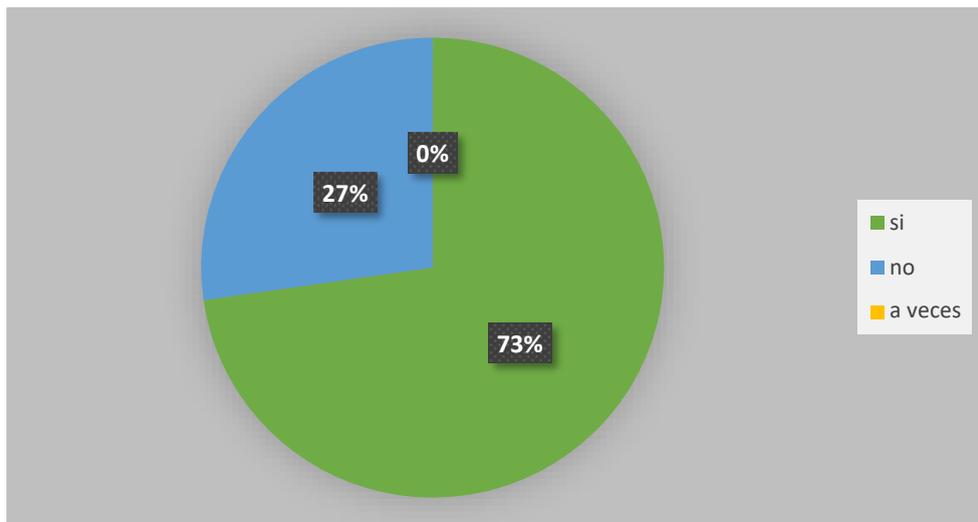


Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa
Fuente. Tabla 3

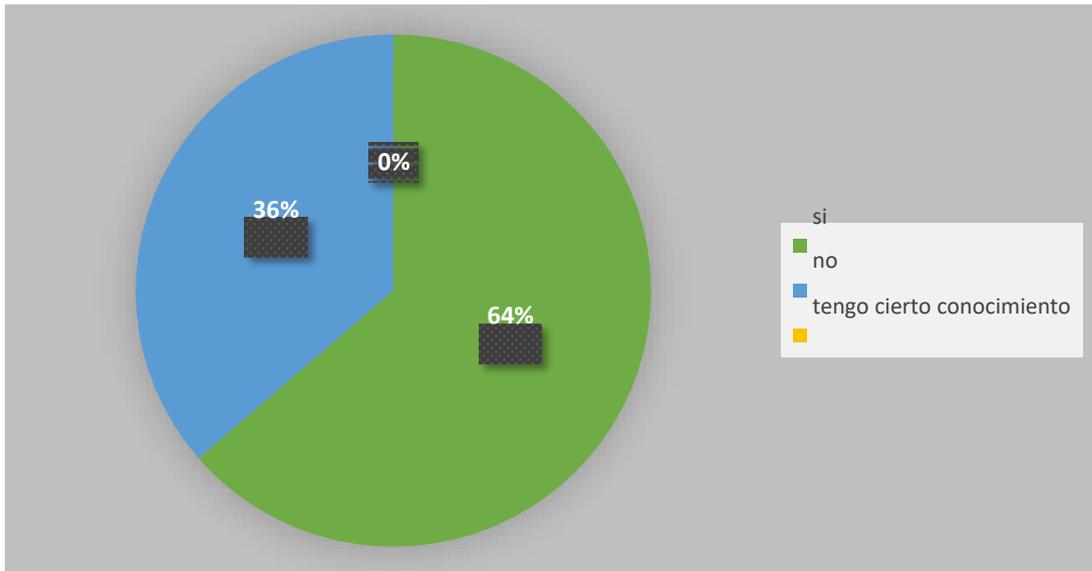


Figura 16. Conoces el termino de atención al cliente

Fuente. Tabla 3

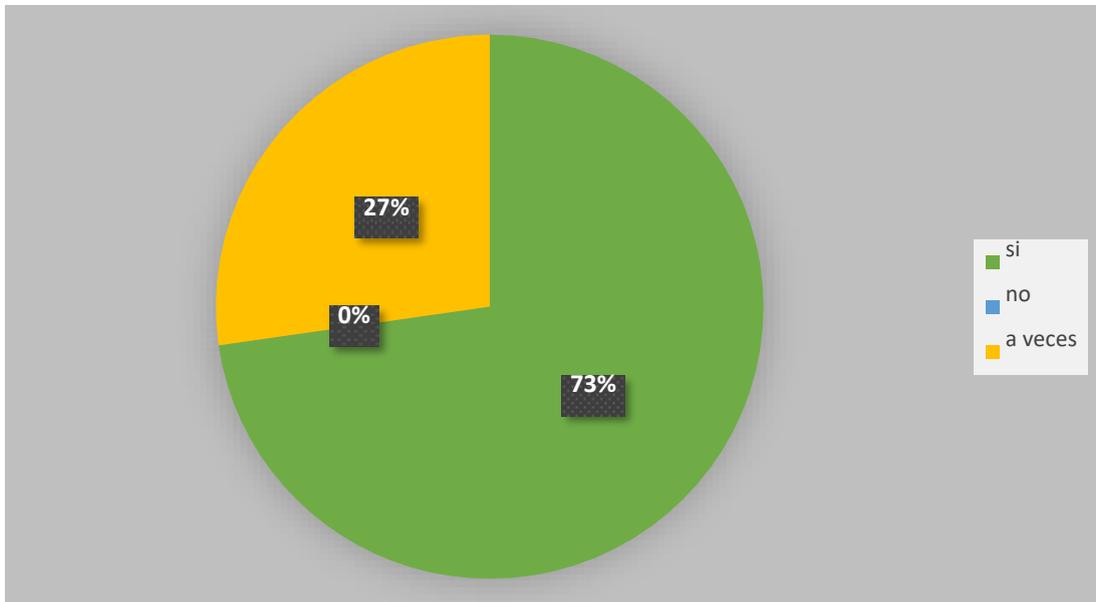


Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

Fuente. Tabla 3

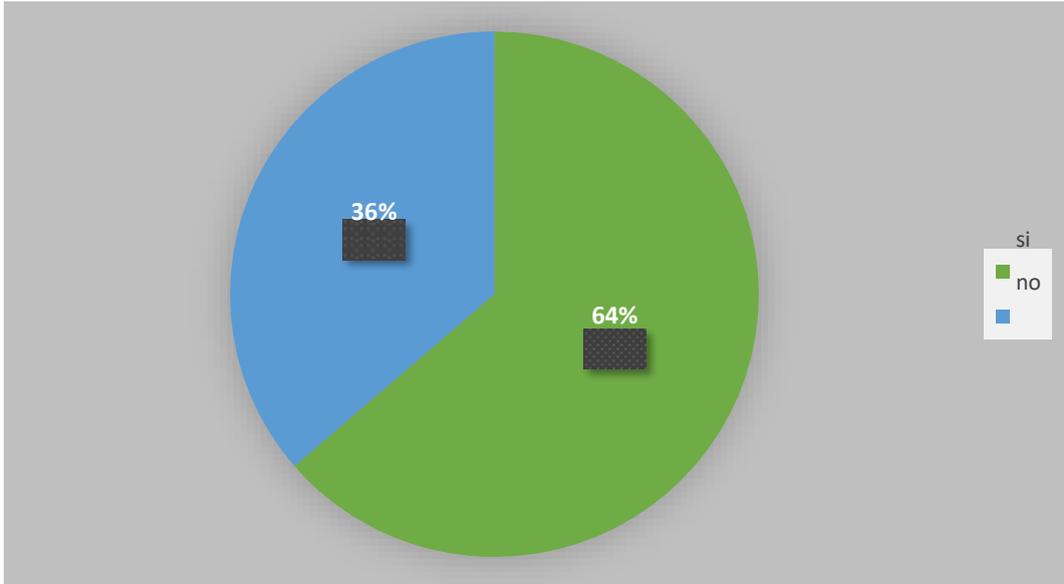


Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento

Fuente. Tabla 3

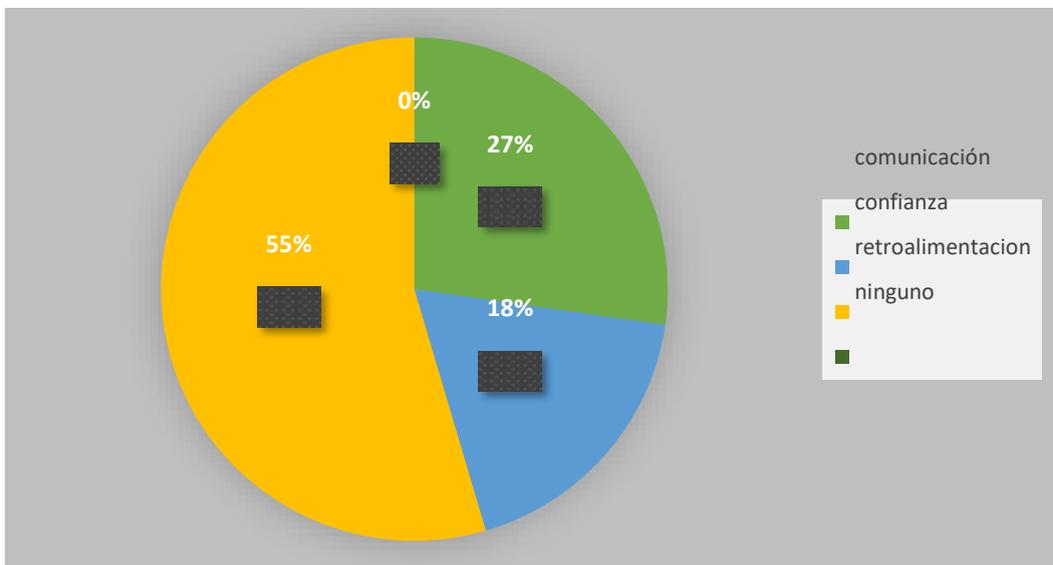


Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

Fuente. Tabla 3

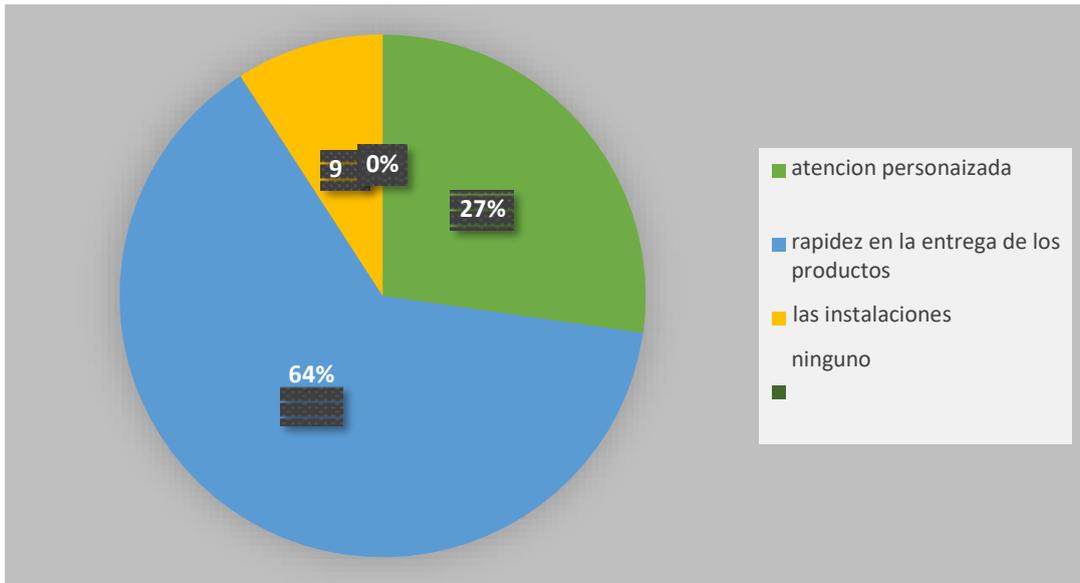


Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda

Fuente. Tabla 3

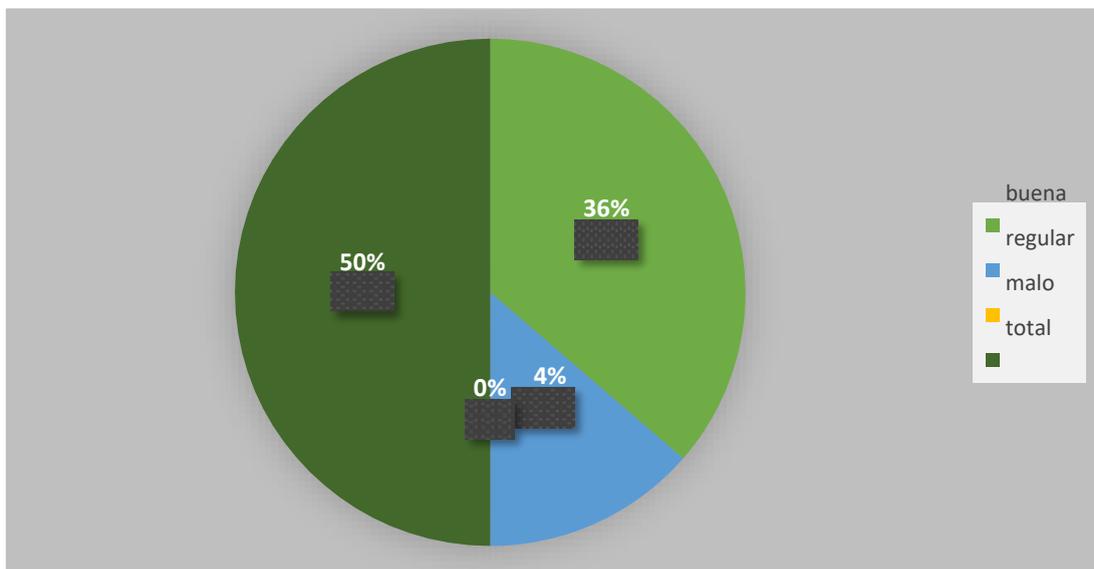


Figura 21. La atención que brinda a los clientes

Fuente. Tabla 3

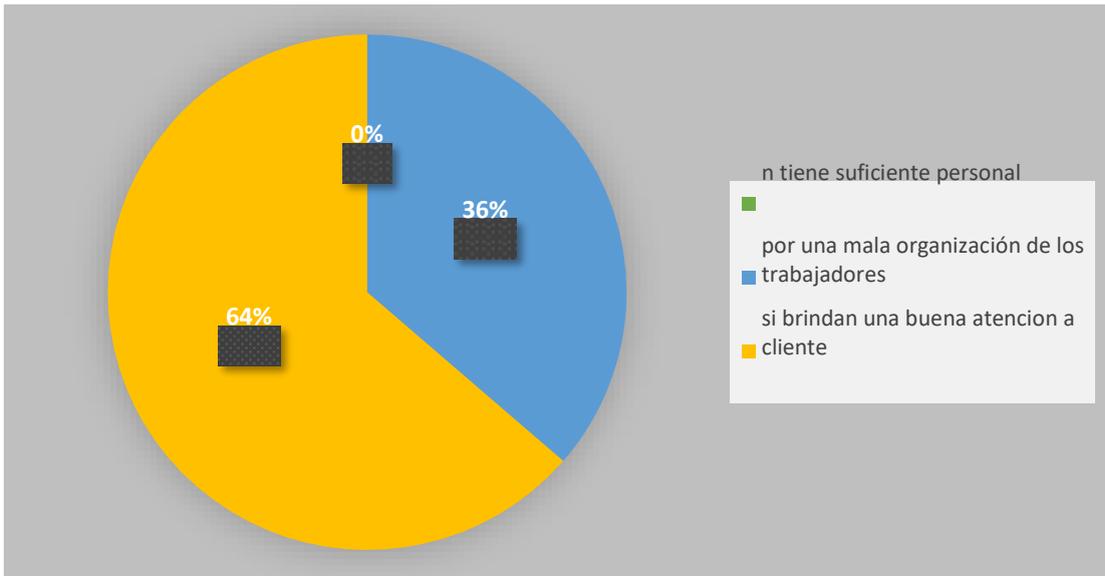


Figura 22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente
 Fuente. Tabla 3

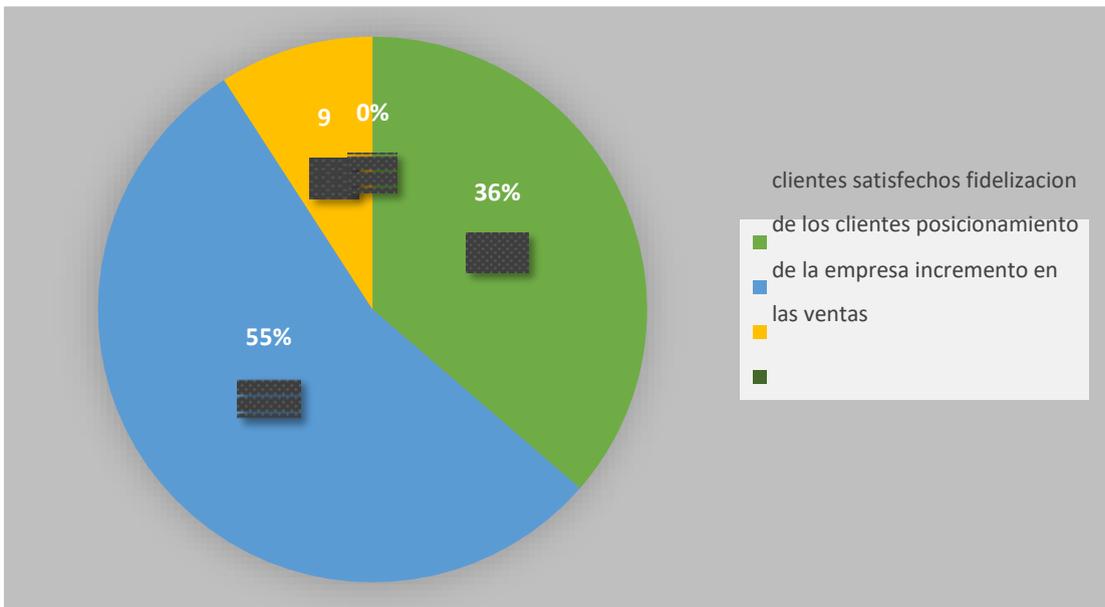


Figura 23. Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente
 Fuente. Tabla 3