



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE ATENCIÓN AL
CLIENTE Y PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO
LAVADERO DE AUTOS, DISTRITO DE NUEVO
CHIMBOTE, 2017

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

AUTOR

Br. PAREDES ZEGARRA, RONALD JONATHAN

ORCID: 0000 - 0002 - 1987 - 7238

ASESOR

Dr. CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000 - 0002 - 6399 - 5928

CHIMBOTE - PERU

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Br. Paredes Zegarra, Ronald Jonathan

ORCID: 0000 - 0002 - 1987 – 7238

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Estudiante de Pre grado

Chimbote, Perú

ASESOR

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000 - 0002 - 6399 – 5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Facultad de Ciencias Contables,

Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración

JURADO

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000 – 0002 – 5746 - 9374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000 – 0002 – 7575 - 3571

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000 – 0002 – 5471 - 4549

HOJA DE JURADO EVALUADOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios en primer lugar por la vida, la salud, la sabiduría y por las fuerzas que me ha dado para poder llevar a cabo este proyecto de investigación.

Agradezco a mis padres en especial a mi madre Eloyda Zegarra Chauca que está en el cielo porque son la motivación, para seguir luchando por mis sueños, por sus oraciones, su apoyo, y su incondicional confianza, para lograr culminar el trabajo de investigación con mucho éxito

Agradezco a mi asesor Mgtr. Rebaza Alfaro Carlos Enaldo y al Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina por brindarme sus conocimientos, por darnos las orientaciones, instrucciones, por la paciencia y el ánimo que nos dio para poder desarrollar y concluir con éxito el proyecto de investigación.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo por sobre todas las cosas a Dios porque fue el que me dio las fuerzas y el ánimo para seguir adelante en todo momento.

Así mismo le dedico a toda mi familia, en especial a mi hermosa madre, Eloyda Zegarra Chauca, porque es el motor para seguir con firmeza hacia adelante, lo cual han sido de influencia en esta etapa de mi vida, para poder alcanzar todo lo que me propongo, gracias por su apoyo incondicional.

A mi Pastor por apoyarme en el trabajo, por su paciencia, comprensión, sus oraciones ya que gracias a ello puedo estudiar y cumplir mi sueño de ser un profesional de éxito.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso de atención al cliente y propuesta de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro, Lavadero de autos en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa 2017. La investigación fue No experimental-Transversal- Descriptiva. La información se escogió de una muestra de 10 MYPES de una población de 10 MYPES, aplicando un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados principales: Respecto al representante legal; El 60 % de los representantes son masculinos, El 70% de los encuestados tienen un grado de instrucción superior universitaria, El 60 % de los encuestados menciona que el cargo que se desempeña en las empresas son administradores, Respecto a las micro y pequeñas empresas, El 80% de los encuestados indican que cuentan con un numero de 1 a 5 trabajadores, Respecto a la gestión de calidad; El 80% de los encuestados mencionaron que SI tienen conocimiento del termino gestión de calidad; El 50% de los encuestados mencionan que tienen poca iniciativa; por tanto, tienen dificultades para implementar la gestión, El 100% de los encuestados mencionaron que SI, la Gestión de calidad mejora el rendimiento de negocio, El 100% de los encuestados menciona que SI conocen el termino atención al cliente, se concluye que los representantes de las Mypes son de sexo masculinos, de cargo administrador, conocen de gestión de calidad y atención al cliente para realizar buen servicio.

Palabras clave: Atención, Calidad, Cliente, Gestión, Mype, servicio.

ABSTRACT

The general objective of the research was to: Determine the main characteristics of Quality Management with the use of Customer Service and proposal for improvement in the micro and small companies of the service sector, item, Car Wash in the District of Nuevo Chimbote, Province of Santa 2017. The research was Not Experimental-Transversal-Descriptive. The information was chosen from a sample of 10 MYPES from a population of 10 MYPES, applying a questionnaire of 23 questions, using the survey technique. Obtaining the following main results: Regarding the legal representative; 60% of the representatives are male, 70% of the respondents have a higher level of university education, 60% of respondents mention that the position held in companies are administrators, with respect to micro and small enterprises, 80% of respondents indicate that they have a number of 1 to 5 workers, with respect to quality management; 80% of the respondents mentioned that they have knowledge of the term quality management; 50% of the respondents mention that they have little initiative; therefore, they have difficulties to implement the management, 100% of respondents mentioned that SI, quality management improves business performance, 100% of respondents mention that if they know the term customer service, it is concluded that representatives of the Mypes are male, manager, know quality management and customer service to perform good service.

Keywords: Attention, Quality, Customer, Management, Mype, service.

ÍNDICE DE CONTENIDO

TÍTULO DE INVESTIGACIÓN.....	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE JURADO EVALUADOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISION DE LITERATURA.....	7
2.1. Antecedentes.....	7
2.2. Bases Teóricas	25
2.3. Marco conceptual.....	36
III. HIPÓTESIS.....	39
IV. METODOLOGÍA.....	40
4.1 Diseño de la investigación	40
4.2 Población y Muestra	41
4.3 Definición y Operacionalización de las variables e indicadores	41
4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	43
4.5 Plan de Análisis	44
4.6 Matriz de Consistencia.....	45
4.7 Principios Éticos	45
V. RESULTADOS.....	47
5.1 Resultados.....	47
5.3 Análisis de Resultados	52
VI. CONCLUSIONES.....	58
6.1 Conclusiones.....	58
6.2. Recomendaciones	59
REFERENCIAS.....	61
ANEXOS:.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.....	47
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.....	48
Tabla 3. Características de la Gestión de Calidad con el uso de Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.....	49
Tabla 4. Propuesta de mejora sobre la aplicación de gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	75
Figura 2. Genero.....	75
Figura 3. Grado de instrucción.....	76
Figura 4. Cargo que desempeña.....	76
Figura 5. Tiempo en el cargo que desempeña.....	76
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro.....	77
Figura 7. Número de trabajadores.....	77
Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son.....	77
Figura 9. Objetivos de creación.....	78
Figura 10 Conocimiento del término Gestión de Calidad.....	78
Figura 11 Técnicas modernas de Gestión conoce.....	78
Figura 12 Dificultades para la implementación de la Gestión de Calidad.....	79
Figura 13 Técnicas de medición del personal aplican.....	79
Figura 14 La gestión mejora el rendimiento del negocio.....	79
Figura 15 La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos.....	80
Figura 16 Conocimiento del término Atención al Cliente.....	80
Figura 17 Utilización de la Gestión de Calidad en el servicio brindado.....	80
Figura 18 La atención al cliente es fundamental para que regrese.....	81
Figura 19 La atención que brinda a los clientes es.....	81
Figura 20 Motivos de una mala atención al cliente.....	81
Figura 21 Técnicas modernas de atención utilizan.....	82
Figura 22 Es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos.....	82
Figura 23 La atención al cliente permite su posicionamiento en el mercado.....	82

I. INTRODUCCIÓN

Es importante enfocar que en la reciente investigación tiene como prioridad dar a conocer el análisis sobre el uso de la consideración al comprador de las (MYPES) del Distrito de Nuevo Chimbote, garantizando el análisis de estudio para promover de manera acertada propuestas formativas que den lugar a la gestión organizacional en las empresas.

Por lo cual las Mypes son parte influyente en la estructura monetaria de un país donde gracias a su intervención respaldara el crecimiento y desarrollo económico, además ayudara acabar con el desempleo y las crisis económicas, que es un punto crítico por remediar, de ese modo podríamos recubrir las obligaciones más necesarias de la población permitiendo ejercer un espíritu de emprendimiento en más personas.

En donde la reducción sobre las organizaciones empresariales es muy destacada en las estadísticas lo cual arrojan sumas elevadas de concurrencia en el ámbito empresarial, siendo la base primordial del aumento fructífero económico del país y del mundo, dando realce a sucesor de oportunidad, emprendimiento para adquirir mayores beneficios logrando así el bienestar y el éxito utilitario.

En el caso de México nos menciona que las Mypes se encuentran en problemas, cuando se habla de la Atención al Cliente con respecto a sus servicios en donde las organizaciones gubernamentales y las instituciones independientes, han apostado por el seguimiento, control del sector económico, con el objetivo de crear estrategias inteligentes de desarrollo y consolidación, ya que ellas constituyen más del 90% del aumento económico y las fuentes de empleo, por lo cual el estado

debería tomar más consideración al ámbito empresarial ya que estas con su funcionamiento aportarán ingresos económicos, cubrirán la falta de trabajo permitiendo así el desarrollo y bienestar que necesita la sociedad y el país donde serán de beneficio en diferentes sectores ya que con la calidad de atención de servicio que se brinda se podrá recubrir las obligaciones ms críticas en nuestro entorno. Esto quiere decir que es muy útil e importante la influencia de la calidad de la atención dentro del servicio que se brinda al público para mantener mayores beneficios. (López, 2013).

Mientras tanto en Colombia se hallan dificultades al mencionar el servicio al usuario ya que las autoridades han perdido el interés en el empresario y así mismo las organizaciones no dan lugar a las nuevas estructuras, mecanismos y mejoras continuas que se presentan hoy en día cuando se habla de tecnología. El gerente está en la obligación y capacidad de fomentar una nueva visión y misión dentro de su empresa ya que vivimos en un mundo globalizado donde las personas buscan cada día mejorar su calidad de vida encontrando satisfacción en algo novedoso y diferente y es allí que si se quiere lograr alcanzar el éxito es necesario influenciar en un nuevo equipamiento en función a estrategias, marketing, diseños por lo que estas herramientas darán la productividad y competitividad que necesita el emprendedor con respecto a su negocio, esto quiere decir que si no hay innovación, creatividad y cambio de mentalidad no podrán acabar con el mal servicio ni mucho menor crecer en el ámbito comercial. (Dinero, 2017).

Con respecto a Panamá la crisis en la cual se encuentra atravesando por no mostrar calidad y preocupación en el servicio al cliente ya que ellos se catalogan por

ser una sociedad servicial pero que así mismo le falta lograr desarrollar una mente de emprendimiento porque se han conformado solo con lo que tienen y eso permite que sus Mypes no fomenten el servicio de calidad y un producto novedoso que cubra la expectativa del comprador por eso es importante hoy en día fomentar capacitaciones que hablen acerca del respeto, amabilidad, responsabilidad, el buen trato, buen comportamiento para brindar una atención permanente de alto nivel además el empleador se debe enfocar en el trabajo en equipo, trabajar con metas y desafíos que ayuden al colaborador a sobresalir y a demostrar sus capacidades y potenciales que tienen dentro de sí, ya que Panamá es un lugar que da servicios. Esto demuestra que sin preparación, ni mucha menor visión de cambios no se logra influenciar dentro y fuera de la empresa para un mejoramiento. (El Capital Financiero, 2011).

Teniendo conocimiento de la crisis por los escasos de la buena atención al cliente, se enfatiza que en estos tiempos las empresas en Perú forman parte relevante para la producción y el equipamiento en diversas áreas que muestran debilidad y son parte influyente para el desarrollo socio-económico como el desempleo, tecnología, cultura, etc. Por lo cual las áreas competentes deben poner más empeño en promocionar y apoyar a personas emprendedoras que buscan cada día aumentar sus intereses y ser parte de la formalidad que les permitirá alcanzar altos niveles de rentabilidad y un buen desempeño en el ámbito empresarial. Es por ello que las autoridades correspondientes tienen que darle mucho énfasis, prioridad, oportunidad al empresario para laborar, así todo el país se vea beneficiado económicamente y por ende en el aspecto laboran con el trabajo. (Vásquez, 2013).

De tal manera, se puede afirmar que dentro de ámbito empresarial tienen que considerar que el servicio es fundamental en las organizaciones ya que con esto lograrán maximizar y consolidar al comprador a base de dedicación y compromiso a la hora de brindar el servicio y un producto logrando garantizar la permanencia a la hora de comprar y adquirir un servicio de calidad. Se puede demostrar que la mayoría de establecimientos, se hallan con dificultades en sus servicios lo cual debido a que las organizaciones en el presente al alcanzar su propósito y visión, empiezan a olvidar la prioridad y atención en sus consumidores.

Es por ello que mediante esta investigación revelaremos que en el distrito de Nuevo Chimbote se halló un conjunto de emprendedores que desempeñan el rubro de lavadero de automóviles, con la finalidad de incrementar su economía demostrando y ejecutando estrategias diversas para lograr sus metas; para ello es importante efectuar el uso de las herramientas administrativas para un buen funcionamiento en la gestión de las Mypes de ese modo se lograrán cumplir y mejorar lo que requiere el cliente. Por lo cual el enunciado del problema de investigación está a continuación: ¿Cuál es la característica primordial de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente, propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017? Para dar solución a nuestro problema se ha propuesto el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de gestión de calidad con el uso de atención al cliente y propuesta de mejor en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

Para poder conseguir el objetivo general se han propuesto los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos en el distrito de Nuevo Chimbote, 2017; Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017; Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos del distrito de Nuevo Chimbote, 2017 y Elaborar la propuesta de mejora aplicando gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

Finalmente el proyecto se justifica porque brindará las características de los representantes de las Mypes del sector servicio, rubro lavadero de automóviles, distrito de Nuevo Chimbote. De este modo se dará a conocer un informe acerca del representante, del rubro, la variable de estudio, gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente. Así mismo reconocer las dificultades y fortalezas que tienen las micros y pequeñas empresas para darles posibles alternativas de solución y ayuda que generaran cambios que influyan al desenvolvimiento, mejoramiento de las empresas utilizando las herramientas administrativas, aplicando estrategias de gestión de calidad que revolucionaran el mercado empresarial, de modo que nos servirá de evidencia y antecedente dentro de nuestra institución educativa para poder ser utilizada por los estudiantes, investigadores, además hacer comparaciones acerca del tema principal, encontrando resultados de mejoramiento o de declive durante los últimos años. La metodología utilizada en la investigación es de diseño no experimental – transversal –

descriptivo, donde se obtuvo información la cual estuvo dirigida a 15 Mypes del sector servicio a quienes se aplicó un cuestionario de 23 preguntas, arrojando como resultado lo siguiente: El 60% de los encuestados tienen una edad que oscila entre 31 a 50 años. El 60 % de los representantes son masculinos, El 70% de los encuestados tienen un grado de instrucción superior universitaria, El 60 % de los encuestados menciona que el cargo que se desempeña en las empresas son administradores, El 80% de los encuestados afirma que el tiempo en el cargo que desempeñan es de 0 a 3 años, el 70% de los encuestados permanecen en el rubro de 0 a 3 años, el 80% del número de los trabajadores es de 1 a 5, el 80% de las personas que trabajan dentro de la empresa no son familiares resultados fueron: El 70.0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 70.0% son de género femenino. El 60.0% tienen grado de instrucción superior no universitaria. El 80.0% de los representantes son los dueños. El 60.0% tienen en el cargo entre 4 a 6 años. El 70.0% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 1 a 5 colaboradores. El 70.0% conocen el término gestión de calidad. El 70.0% utilizan la lluvia de ideas como herramienta de gestión. El 70.0% aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 60.0% considera que la gestión contribuye a alcanzar los objetivos. El 80.0% aseguran que los principios que están claramente definidos los valores. El 80.0% no ha realizado un análisis FODA. Conclusión. La mayoría de las micro y pequeñas empresas no aplican la Gestión de calidad con el uso de atención al cliente, es por ello que no han logrado detectar su área de mejora, del mismo modo no han identificado sus puntos fuertes y débiles.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Merino (2016) en su trabajo denominado *Gestión de Calidad y formalización de las Mypes del sector servicios, lavado de vehículos en el distrito de Satipo, año 2016*, tuvo como objetivo general; Determinar si las Mypes del sector servicios, lavado de vehículos del distrito de Satipo Junín están formalizadas y hacen uso de herramientas de gestión de calidad. Objetivos específicos; Determinar si las Mypes del sector servicios, lavado de vehículos del distrito de Satipo están formalizados. Determinar si las Mypes del sector servicios del distrito de Satipo utilizan herramientas de Gestión de Calidad. En esta investigación se utiliza la metodología tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental transversal- descriptivo para llevar a cabo la investigación se escogió una muestra de 12 negocios, la técnica que se uso fue la entrevista, encuesta y el instrumento fue el cuestionario pre estructurado en 31 preguntas relacionadas a la investigación, donde en la investigación realizada se obtuvieron los siguientes resultados; Respecto a los Representantes, los emprendedores en su mayoría, están en el rango de 30 a 44 años de edad (58.30%). Que representa plena juventud para la conducción de un negocio muy particular, donde se destaca que un 75% de los encuestados son del género masculino. Un 25% femenino. Este resultado significa que los Lavaderos son dirigidos por hombres, debido a que están más relacionados a los temas de mantenimiento de vehículos, en donde el total de personas encuestadas, un 66.7% tiene instrucción básica (primaria y secundaria), frente al 33% con instrucción

técnica- universitaria, el 58.33% de las Mypes encuestadas no ha concluido su formalización. Solo tienen RUC y alguna Licencia de Funcionamiento, pero les falta culminar de tramitar sus autorizaciones sectoriales. Sin embargo, pueden operar; el negocio de lavadero de vehículos no es complicado de instalar. Por esa razón la inversión la puede hacer una sola persona. Esto se refleja en el 80% de Mypes son personas naturales. La mayoría de encuestados (66.67%), indica que no recibió orientación alguna de autoridades del sector y que tuvo que tomar iniciativas. Un 33.33% indica que sí, pero fue incipiente. Los lavaderos si generan empleo y según la encuesta, en más del 90% tiene entre 1 a 4 trabajadores. En su mayoría, los emprendedores no conocen plenamente los alcances de la Gestión de Calidad (83.33%). La visión que tienen es incipiente y toda acción de mejora son a corto plazo. Sólo un sector mínimo se preocupa en la calidad de servicio ofrecido a su clientela (33.33%). El 66.67% no presta atención a este tema, Luego del desarrollo de la investigación al sector servicios, Lavadero de vehículos, llegamos a las siguientes conclusiones: Son Mypes dirigidos por empresarios jóvenes -adultos, conforman el 75%. Mayormente son de sexo masculino, son independientes al sistema financiero, trabajan con capital propio y son empresas de subsistencia, así mismo no han recibido ninguna asesoría de formalización o gestión, El 67% tiene instrucción básica, que tiene implicancia en la poca apertura a conceptos y técnicas empresariales como Gestión de Calidad; Un sector práctico la mejora continua, pero con un enfoque diferenciador de la competencia, más que un proceso a largo plazo de crecimiento empresarial. Conclusiones; Son Mypes dirigidos por empresarios jóvenes -adultos, conforman el 75%. Mayormente son de sexo masculino, Están constituidas como persona natural, con trámites de formalización

inconclusos, que no les impide operar, Son independientes al sistema financiero. Trabajan con capital propio y son empresas de subsistencia, No han recibido ninguna asesoría de formalización o gestión, Su informalidad se caracteriza por no registrar a sus trabajadores en planilla y asegurarlos en Seguro de Trabajo de Riesgo, Tributariamente están formalizados y están inscritos en el RUS, El 67% tiene instrucción básica, que tiene implicancia en la poca apertura a conceptos y técnicas empresariales como Gestión de Calidad, Un sector práctica la mejora continua pero con un enfoque diferenciador de la competencia, más que un proceso a largo plazo de crecimiento empresarial.

Núñez (2015) en su trabajo *Formalización y Gestión de Calidad de las Mype rubro lavado de autos talara 2015*; tuvo como objetivo general; Identificar las características de la Formalización y Gestión de Calidad de las MYPE, rubro Lavado de Autos Talara 2015. Objetivos específicos; Conocer el grado de Formalización en las MYPE, rubro Lavado de Autos Talara, 2015. Identificar los indicadores de la formalización en las MYPE, rubro Lavados de Autos Talara 2015. Determinar los beneficios de la Gestión de Calidad en las MYPE, rubro Lavados de Autos Talara 2015. Describir el compromiso del personal en la Gestión de Calidad en las MYPE, rubro Lavado de Autos Talara 2015. La investigación se realizó utilizando un diseño no experimental – descriptivo, de nivel cuantitativo, para el recojo de información se escogió una muestra dirigida a 6 propietarios de una población de 6 a quienes se les aplico un cuestionario de 30 preguntas, en donde se obtuvieron los siguientes resultados; en base a las encuestas realizadas a los propietarios que, el 100% de los negocios están constituidos como una empresa formal; se puede apreciar que el 100% de los propietarios encuestados, están inscrito en régimen especial, se pudo observar que el

100% de los propietarios manifestaron que los procesos que se siguen son los más adecuados; se puede apreciar que el 100% de los propietarios encuestados, considera que el tiempo utilizado al momento de brindar el servicio es el adecuado; se puede apreciar que el 100% de los propietarios encuestados, hace un inventario de los accesorios de los vehículos, aun se observa, que el 63.28% de los usuarios encuestados, considera que el área física del local del servicio de lavado de autos, se encuentra en un estado regular. Mientras que un 25% de la población cree que se encuentra en un buen estado; finalmente el 11.72% cree que se encuentra en un mal estado tés de iniciar a brindar el servicio 64 con la finalidad de evitar inconvenientes posteriores, se observa que, el 58.33% de los usuarios encuestados, no está satisfecho con el servicio prestado. Mientras que el 41.67% si está satisfecho con el servicio, se pudo determinar que el 58.33% de los usuarios encuestados, califica la atención que recibe como regular. Asimismo, un 33.34% de la población cree que la atención que recibe es regular. Por otro lado, el 8.33% de los usuarios considera mala la atención que recibe. Si hablamos de una regular atención por parte del trabajador, se puede manifestar que le cliente no se encuentra del todo satisfecho, se puede apreciar que un 58.33% de los usuarios encuestados, considera que los colaboradores del lavado de autos no desempeñan adecuadamente su trabajo y no tratan bien a sus clientes. Mientras que el 41.67% cree que los colaboradores del auto lavado si desempeñan adecuadamente su trabajo y tratan bien a sus clientes en el servicio recibido, Observamos también, que los usuarios siempre prefieren una mejora por lo que la calificación del servicio prestado no es favorable, ya que el 58.33% no se encuentran satisfechos con el servicio. Así también, manifiestan en un 58.33%, que no existe un buen desempeño ni buen trato por parte del

personal. Por otro lado, los usuarios manifestaron en un 52.08% que los precios de los servicios en las MYPE rubro Lavado de Autos Talara 2015 son competitivos; y en un 66.93% que aceptan reclamos y sugerencias, Es por ello llegó a las siguientes conclusiones; Se determinó que los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE, rubro Lavados de Autos Talara 2015, no son los adecuados, pues el 58.33% de los clientes no queda satisfecho con el servicio prestado y califica la atención recibida como regular Se describió que el compromiso del personal en la gestión de calidad de las MYPE, rubro Lavado de Autos Talara 2015, se observa que el 58.33% de los colaboradores no desempeñan adecuadamente su trabajo, con lo cual queda demostrado la falta de compromiso con la MYPE y con los objetivos de la misma, conclusiones; En la presente investigación se identificó que el grado de formalización de la totalidad de las empresas del rubro Lavado de Autos Talara 2015, se encuentran dentro del régimen especial de SUNAT, se logró conocer que el 100% de las MYPE, del rubro Lavado de Autos Talar 2015, son formales. Se identificó que, según los indicadores analizados, los propietarios del rubro de lavado de autos de Talara, reflejan que el 100% de las respuestas de los propietarios referente a la valorización del Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE), es importante para el desarrollo del rubro lavado de autos de Talara, así mismo estando en conformidad ante SUNAT y entidades que les declara la licencia de apertura y funcionamiento actual. Se determinó que los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE, rubro Lavados de Autos Talara 2015, no son los adecuados, pues el 58.33% de los clientes no queda satisfecho con el servicio prestado y califica la atención recibida como regular como se puede ver en las tablas 19 y 20. Se debe resaltar y consideración de suma importancia mejorar el servicio. Se describió que

el compromiso del personal en la gestión de calidad de las MYPE, rubro Lavado de Autos Talara 2015, se observa que el 58.33% de los colaboradores no desempeñan adecuadamente su trabajo, ver tabla 21, con lo cual queda demostrado la falta de compromiso con la MYPE y con los objetivos de la misma, se sugiere realizar talleres de liderazgo y planificación estratégica en alianza con entidades de la localidad, como la cámara de comercio, SENATI y gobierno regional.

Rengifo (2016) en su trabajo *Gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro reparación de vehículos menores en el distrito de san juan bautista, 2016*, tuvo como objetivo general; Determinar los beneficios que traería la gestión de calidad y formalización 17 de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro reparación de vehículos menores en el distrito de San Juan Bautista, 2016. Objetivos específicos; Determinar características de formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro reparación de vehículos menores en el distrito de San Juan Bautista, 2016. Determinar si las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro reparación de vehículos menores en el distrito de San Juan Bautista, 2016, aplican la gestión de calidad. En donde se empleó la metodología tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, para el recojo de la información la muestra fue tomada de 16 mypes, técnica encuesta, instrumento cuestionario, en lo cual se obtuvieron los siguientes resultados; presenta las respuestas de los encuestados, según percepción de formalidad en las Mypes en el sector servicio, el 53% respondieron que, si son formales, 47% respondieron que no; representación de respuestas de los encuestados, el 80% si ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial en las Mypes en el

sector, y el 20% respondieron no, el 93% si considera que la formalización aumenta los costos laborales en las Mypes en el sector, y el 7% respondieron que no. A si mismo según edad de los gerentes y/o representantes legales, el 60% respondieron que tienen de 30 a 44 años; 20% de 45 a 64 años, 13% más de 65 años y 7% de 18 a 29 años, según sexo de los gerentes y/o representantes legales, el 93% son del sexo masculino, y 7% femenino, según profesión de los gerentes y/o representantes legales, el 67% son mecánicos, 27% sin profesión y 6% ama de casa, según grado de instrucción del gerente y/o representante legal, el 53% respondieron que tienen estudios básicos, 40% estudios técnicos, 7% estudios universitarios, según conocimiento de técnicas de gestión empresarial, el 80% respondieron que si conoce técnicas de gestión empresarial y 20% no conocen, según utiliza documentos de gestión para mejorar la calidad en la prestación del servicio en el sector, el 80% respondieron que no utiliza documentos de gestión para mejorar la calidad en la prestación del servicio, y 20% respondieron que sí. Según capacita al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente, el 60% respondieron que sí capacita, y 40% respondieron que no, según evalúa usted el nivel de satisfacción del cliente en la prestación de servicios en el sector, el 80% respondieron que sí, y 20% respondieron que no. Es por ello y de acuerdo con sus resultados se llegó a las siguientes conclusiones; Se puede afirmar, más de la mitad en 53% perciben que sus talleres son formales, que más de mitad en 67% cree que el beneficio de la formalización aumenta sus ingresos, la mayoría en 80% ha recibido asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial en las Mypes, más de la mitad en 67% si se formalizarían si el estado les concediera beneficios. Que la mayoría en 93% si considera que la formalización aumenta los costos laborales, que más de la mitad en 73% no están

afiliada a alguna asociación, la mayoría en 93% si considera que la formalización contribuye en la empresa haciéndose notar su presencia a través de sus servicios, menos de mitad en 40% perciben que la formalización Mypes del sector es buena. Con respecto a que, si aplican gestión de calidad las Mypes en el sector comercio, rubro reparación de vehículos menores en el distrito de San Juan Bautista, 2016, se ha llegado a las siguientes conclusiones: permiten deducir que la edad de los gerentes y/o representantes legales en mayoría en 60% tienen de 30 a 44 años, la mayoría en 93% son del sexo masculino, la mayoría en 67% son mecánicos de profesión u oficio, más de la mitad en 53% tienen estudios básicos, menos de mitad en 47% de talleres están en rubro de 6 a 10 años, la mayoría en 87% de talleres 75 trabajan con capital propio, que la mayoría en 93% de los talleres trabajan de 1 a 5 personas, la mayoría en 80% de los talleres conocen técnicas de gestión empresarial, y más de la mitad en 67% de los talleres conocen mejoras continuas, la mayoría en 93% en los talleres exhiben misión, más de la mitad en 53% brindan servicios mediante procesos estandarizado, la mayoría en 80% no utilizan documentos de gestión para mejorar la calidad en la prestación de servicios, la mayoría en 60% si capacita al personal, la mayoría en 80% si evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la prestación de servicios, en promedio el 53% percibe que aplican gestión de calidad y es deficiente.

Pineda (2014) en su trabajo denominado *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro transporte turístico terrestre del distrito de Huaraz, 2014*. Tuvo como objetivo general; Describir las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro transportes

turístico terrestre del distrito de Huaraz, 2014; objetivos específicos; Determinar las principales características de las micro pequeñas empresas, sector servicios - rubro transportes turístico terrestre del distrito de Huaraz. Identificar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro transportes turístico terrestre del distrito de Huaraz. Se desarrolló usando la metodología tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal-retrospectiva, donde en la investigación realizada se obtuvieron los siguientes resultados; Del total de gerentes encuestados el 50% manifiestan tener de 31 a 40 años de edad, seguido por un 30% con una edad 41 a 50 años, también un 10% de 21 a 30 años y un 10% de 51 años a más; : del total de los Gerentes encuestados se observa que el 90% son de sexo masculino, y el 10% de sexo femenino; del total de gerentes encuestados el 70% manifiestan que muy pocas veces implementan cursos de gestión en base a sus potencialidades y debilidades, seguido por un 20% que manifiesta nunca y un 10% que manifiesta algunas veces; del total de gerentes encuestados el 40% manifiestan que muy pocas veces implementan todo los recursos necesarios para el servicio adecuado de los pasajeros, seguido por un 40% se refiere algunas veces, un 10% manifiesta siempre y un 10% manifiesta nunca; del total de gerentes encuestados el 50% manifiesta que muy pocas veces solucionan los problemas que se presenta en el proceso de prestación de servicios por parte del personal, seguido por un 40% que manifiesta nunca y un 10% se refiere casi siempre; del total de gerentes encuestados el 30% manifiesta que muy pocas veces elaboran encuestas de satisfacción al cliente, seguido por un 30% que manifiesta algunas veces, un 20% se refiere que manifiesta casi siempre y un 20% manifiestan que nunca; del total

de gerentes encuestados el 50% manifiesta que muy pocas veces elaboran el plan de mejoramiento dentro del proceso de prestación de servicios, seguido por un 30% que manifiesta algunas veces y un 20% manifiesta que nunca lo realizan; del total de gerentes encuestados se observa que el 60% manifiestan que muy pocas veces adquieren nuevas tecnologías para el proceso de prestación de servicios, seguido por un 30% que manifiestan que nunca y un 10 % se refiere casi siempre, Es por ello que se llegó a las siguientes conclusiones; En cuanto a las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro transporte turístico terrestre en el distrito de Huaraz, son formales y son administradas por gerentes varones de 41 a 50 años de edad con grado de instrucción superior no universitario. Respecto a las principales características de la gestión de calidad en el transporte turístico terrestre, los resultados del estudio nos muestran que los gerentes no planifican, no evalúan y no verifican las actividades que se llevan a cabo dentro del proceso de prestación de servicios dentro de la empresa, lo cual existe una deficiencia de gestión de calidad por parte de los gerentes, teniendo como resultado una inadecuada atención al cliente.

Higinio (2016) en su tesis *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el modelo contingencial de fred fiedler en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro transporte regional vía terrestre de pasajeros en el distrito de Huaraz, 2014*; tuvo como objetivo general; Describir las principales características del contingencial bajo el modelo de Fred Fiedler en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio–rubro transporte regional vía terrestre de pasajeros, en el distrito de Huaraz, 2014; objetivos específicos; Determinar las principales características de los gerentes en las micro y pequeñas empresas, sector servicio–rubro transporte regional vía

terrestre de pasajeros en el distrito de Huaraz, 2014. Identificar las principales características del liderazgo contingencial bajo el modelo de Fred Fiedler en las micro y pequeñas del sector servicio – rubro transporte regional vía terrestre de pasajeros de la ciudad de Huaraz, 2014. La investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental-transeccional, tipo descriptivo, de nivel cuantitativo, se escogió de manera dirigida una población de 12 establecimientos de una muestra de 12 gerentes, utilizando la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, en donde la investigación realizada se obtuvieron los siguientes resultados; Del total de gerentes encuestados el 33.33% manifestó tener de 41 a 45 años de edad, al igual que el 33.33% con una edad 36 a 40 años, seguido por un 25% de 46 a 50 años y el 8.33% de 31 a 35 años de edad, del total de gerentes encuestados el 91,67% es del sexo masculino, seguido por el 8,33% es del sexo femenino, del total de gerentes encuestados, el 75.00% mencionaron no dar importancia a la relaciones con los colaboradores, y el 25.00 % dijeron que si es importante, del total de gerentes encuestados, el 83,33% manifestó no dar respuesta inmediata a los conflictos de los colaboradores, mientras que el 16,67% mencionó que si da respuesta a los conflictos de los colaboradores, del total de gerentes encuestados el 83,33% mencionó no dar respuesta al buen desempeño, mientras que el 16,67% afirmó que si da respuesta al buen desempeño, del total de gerentes encuestados el 58.00% manifestó no dar respuesta inmediata a la solución de problemas, seguido con el 41,67% mencionó si dar respuesta inmediata a la solución de problemas. Es por ello llegó a las siguientes conclusiones; El liderazgo contingencial bajo el modelo de Fred Fiedler en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio–rubro transporte regional vía terrestre de pasajeros, en el distrito de Huaraz, se caracteriza por su deficiente aplicación, como

consecuencia de la falta de interrelación con sus miembros y el bajo interés mostrado por parte de los responsables de las Mype del rubro de empresas en estudio. En relación a las características de los gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro transporte terrestre de pasajeros en su mayor porcentaje mencionaron tener de 41 a 45 años de edad, ser casados, y tener un grado de instrucción superior universitario completo, esto nos permite observar que estas personas consideran fundamental aplicar el liderazgo, lo cual se orientan en menor proporción a un liderazgo situacional debido a que no estarían dispuestos a cambiar costumbres arraigadas dentro de su empresa y por ende el status de sus organizaciones. Las principales características del líder contingencial son: La relación entre el líder y el miembro, el poder de asignación de tareas y el poder de posición, las cuales se presentan de manera deficiente en los gerentes del rubro de empresas estudiadas, trayendo como consecuencia el empobrecimiento de las relaciones con el personal.

Chávez (2017) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad con el modelo integral de la productividad en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores del distrito de Huaraz, 2017*. Tuvo como objetivo general; Describir las principales características de la Gestión de Calidad con el Modelo Integral de la Productividad en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores del distrito de Huaraz, 2017. Objetivos específicos; Determinar las principales características de los representantes en las micros y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores del Distrito de Huaraz. Describir las principales características del modelo integral de la productividad en los micros y pequeñas

empresas del Distrito de Huaraz. La investigación fue de diseño no experimental transeccional, de nivel cuantitativo, tipo descriptivo, que se escogió de una población de 96 establecimientos, tomando una muestra de 16 Mypes, técnica encuesta, instrumento cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados; Del total de representantes encuestadas se observa que el 62,50 % son del género masculino y el 37,50% de género femenino. Del total de representantes encuestados se encontró que 50% cuentan con estudios superior no universitario completos, mientras que el 25% cuenta con estudios universitarios incompletos. Del total de representados encuestados se observa que el 56,25% son dueños, mientras que el 25% ocupan el cargo de administradores. Del total de representantes los encuestados se observa el 43,75% desempeñan el cargo más de 7 años, mientras el 31,25% desempeñan el cargo de 4 a 6 años. Del total de representantes encuestados se observa que el 100% atiende cordialmente al cliente siempre. Del total de representantes encuestados se observa que el 62,50% no usa la tecnología nunca, mientras 18,75% usa la tecnología siempre. Del total de representantes encuestados se puede observar que el 75% no manejan base de datos nunca, mientras el 18,75% maneja base de datos siempre. Del total de representantes encuestados se observa que el 43,75% trabajan en coordinación con los colaboradores para resolver problemas comunes muchas veces, mientras el 37,50% trabajan en coordinación con los colaboradores para resolver problemas comunes a veces. Es por ello que se llegó a las siguientes conclusiones; Las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículo automotores en la ciudad de Huaraz, no están aplicando de formado correcta la gestión de calidad con el modelo integral de la productividad, debido que en sus procesos solo aplican algunos de

los indicadores requeridos para el logro de sus objetivos, la aplicación de todos es necesarias para lograr la productividad requerida. - Los representantes de las micro y pequeñas empresas en su mayoría pertenecen al género masculino, de aproximadamente de 41 entre 50 años de edad, con estudios superiores no universitarios, dueños de sus negocios y llevando en el mercado comercial más de 7 años. - Las principales características del modelo integral de la productividad que se están aplicando; en el proceso creador de valor los resultados nos muestran que a veces utilizan medios de promoción y comunicación, siempre tratan cordialmente a todos los clientes y ofrecen precios en función a la calidad, en el proceso de transformación siempre cuenta con registro de proveedores, pocas veces utilizan modalidades de confianza, nunca realizan una modalidad de entrega del producto y en proceso de apoyo nunca utilizan la tecnología, nunca utilizan una base de datos para registrar el stock con el que cuenta, pocas veces trabajan en coordinación con los colaboradores.

Vásquez (2013) en su tesis *Sistemas de gestión de calidad que implementan las micro y pequeñas empresas del Perú: caso de la empresa metal mecánica Mariátegui s.a.c. – Chimbote, 2013*. Tuvo como objetivo general; Describir los sistemas de gestión de calidad que implementan las micro y pequeñas empresas del Perú y la empresa metal mecánica “Mariátegui SAC”. Chimbote - 2013. Objetivos específicos; Describir los sistemas de gestión de calidad que implementan las micro y pequeñas empresas del Perú, 2013. Describir los sistemas de gestión de calidad que implementa la empresa metal mecánica Mariátegui SAC de Chimbote, 2013. Realizar un análisis comparativo sobre los sistemas de gestión de calidad que implementan las micro y pequeñas empresas del Perú y la empresa metal mecánica Mariátegui SAC – Chimbote, 2013. Se

empleó la metodología de tipo descriptiva - bibliográfica –documental, dado que la investigación fue bibliográfica ni tuvo población, técnica revisión bibliográfica, instrumento ficha bibliográfica, obteniendo los siguientes resultados, Establece que actualmente en nuestro País existe una gran cantidad de empresas con sistemas de gestión netamente empíricos, MYPES que constituyen más de 90% de empresas del País. El autor utilizó el análisis comparativo y tomó como referencia el sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2000, Establece que el 100% de las MYPES afirman que realizar una gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, pero sin embargo desconocen de las técnicas modernas para alcanzar la calidad y no tienen los recursos económicos para su implementación. La gerente respondió que se decidió implementar este sistema porque va a permitir mejorar sus procesos, entregar a tiempo los productos requeridos por los clientes y brindar buena atención al cliente. La gerente menciona que al implementar el SGC ISO 9001:2008 permitirá reducir horas perdidas de trabajo, entregar a tiempo los productos requeridos por los clientes, además se ahorrará espacios en las áreas de trabajo, y que hasta la fecha ya ha mejorado en un 70 % los procesos. El 90% de la MYPE en el Perú realizan la gestión de calidad de forma empírica, y esto debido a que desconocen de las técnicas modernas para alcanzar la calidad y no tienen los recursos económicos para su implementación, esto quiere decir que no todas las MYPE en el Perú implementan un sistema de gestión de calidad, (Vidal, 2004) (Trujillo, 2012) (Gallardo, 2013). Conclusiones; Según los autores revisados, el 90% de las MYPE en el Perú realizan la gestión de calidad de manera empírica, esto debido a que desconocen las técnicas modernas para alcanzar la calidad y no tienen los recursos económicos para su implementación; esto quiere decir que la mayoría de las

MYPE en el Perú no implementan un sistema de gestión de calidad. La empresa Metal Mecánica Mariátegui S.A.C. que es nuestro caso en estudio, si está implementando un sistema de gestión de calidad basado en la NORMA ISO 9001:2008. Comparando los resultados de los objetivos específicos 1 y 2, se establece que en el Perú el 90% de las MYPE no tienen implementado un sistema de gestión de calidad; por lo tanto, su gestión es de manera empírica, debido a la falta de recursos económicos y al desconocimiento de las técnicas modernas en gestión; en cambio, la empresa Metal Mecánica Mariátegui S.A.C. de Chimbote, sí tiene implementando un sistema de gestión de calidad basado en la Norma ISO 9001:2008. Por lo tanto, esta empresa está incorporada en el 10% de las MYPE que sí tienen implementado un sistema de gestión de calidad en el Perú.

Torres (2017) en tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017*. Tuvo como objetivo general; Determinar si las Mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos del distrito de Iquitos, se gestionan con un enfoque en atención al cliente. Objetivos específicos; Determinar si las Mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos están alineadas a la formalización. Determinar si las Mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos, cuenta con estrategias de atención al cliente. Determinar si las Mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos, capacitan a su personal en atención al cliente. Se empleó la metodología tipo no experimental -correlacional – descriptivo, el tipo de investigación es cuantitativa, tomando en cuenta la información recibida de una población de 26 Mypes siendo la muestra solo 24 Mypes, sin embargo, solo tuvieron información disponible de 20 Mypes, utilizando la técnica de la encuesta, y como

instrumento cuestionario. A si mismo se obtuvieron los siguientes resultados; Los emprendedores en su mayoría están en el rango de 29 a 39 años 40,0%, de 18 a 28 años el 30,0%, de 40 a 50 años el 20,0% y en el rango de 51 años a más está representado por el 10,0%. Los resultados indican que un 80,0% de los encuestados son de género femenino, mientras que un 20,0% son del género masculino. Respecto al análisis de la investigación, se resuelve que el 45,0% presentan grado de instrucción técnica, el 30,0% universitaria y un 25,0%, el grado de instrucción secundaria. En la investigación destaca que tanto “administrador” y “técnico” presentan un 30,0% respectivamente, el 25,0% “guía de turismo”, “comerciante” con el 10,0% y “otras especialidades”, solo con el 5,0%. De las Mypes encuestadas señalan que, el 80,0% se encuentran formalizadas, y un 15,0% aún se encuentran en trámite, mientras que un 5,0% NO están formalizadas. Según el análisis de la investigación, indican que un 80,0% No aplica, ya que todos los microempresarios encuestados indicaron que formalizar su negocio ha sido prioritario, mientras que un 10,0% no tiene apoyo. Las Mypes encuestadas en su mayoría están en el rango de 6 a más años con un 40,0%, de 3 a 5 años 35,0%, y de 1 a 2 años 25,0%. La investigación nos muestra que las empresas de este sector tienen de 6 a más trabajadores 45,0%, de 40,0% de 3 a 5 trabajadores, mientras que un 15,0% de 1 a 2 trabajadores. Con el propósito de organizar adecuadamente la mypes corresponde que el 50,0% si tiene definido y sigue un plan de negocios, y el 30,0% no presenta, mientras que un 20,0% está por implementar. En su mayoría las mypes encuestadas de este sector no han definido y exhibe la misión visión y valores de su empresa (65,0%), mientras que un 35,0% si lo ha definido. Según la investigación, demuestra que el 50,0% SI evidencian una gestión de atención al cliente, un 30,0% aun NO lo evidencian, mientras que el

20,0% están por implementar. Conclusiones; Los emprendedores en su mayoría están en el rango de “29 a 39 años” significa que son jóvenes emprendedores quienes están a cargo de las mypes del sector servicios, agencia de viaje y tours turístico, también están al mando las mujeres con el 40,0%, están representadas mayoritariamente por el sexo femenino. Los microempresarios encuestados presentan grado de instrucción técnica y universitaria con el 30,0%. La profesión que destaca es la de administrador y técnico, el 50,0% si tiene un modelo de plan de negocio, encaminado, Las mypes tienen conocimiento una gestión de atención al cliente 50,0%. Demostrando que el personal encargado y conjuntamente con la microempresa tiene un mayor enfoque con las necesidades que exige el cliente. A raíz de que es de conocimiento la gestión de atención al cliente, los emprendedores encuestados manifiestan que si capacitan a sus trabajadores 70,0% y se interesa en el enfoque de la mejora continua. El 80,0% de las Mypes en estudio señalan que el personal a mando si tiene actitud de servicio y consideran que el objetivo de las Mypes es lograr clientes satisfechos con el servicio que se les brinda.

2.2. Bases Teóricas

Definición de la Micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas se pueden determinar al conjunto de individuos que buscan generar nuevos ingresos propios y que gracias a sus movimientos benefician a la comunidad, permitiendo el crecimiento y desarrollo de un país.

Ley 28015 expresa lo siguiente:

Lo que precisa como la unidad económica compuesta por una persona natural o persona jurídica, bajo cualquier perfil de constitución o trámite empresarial terminada en la legislación vigente que tiene como finalidad de aumentar las actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes y servicios. Esta Ley menciona la sigla MYPES, que se refiere a las Micro y pequeñas empresas las cuales no dificulta el tamaño o características propias, decretada en el año 2003.

Ley 30056 nos dice:

Que las características de las Micro y pequeñas empresas deben encontrarse en alguna categoría empresarial instaladas en función de los niveles de ventas anuales: Microempresas; ventas anuales máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT): Pequeña Empresa, ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta un monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT): Mediana Empresa; ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. El aumento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Micro pequeñas y mediana empresa podrá ser establecida por decreto supremo firmado por el Ministerio de Economía y Finanzas y el ministro de la Producción cada dos años, mediante el artículo # 5. Finalidad de la

Ley: El propósito de esta ley tiene como objetivo principal promover la formalización, el orden, y la estabilidad económica tanto de los representantes como del país, así mismo como el incremento de empleo.

Así lo refiere la Ley 28015 (2003)

Esta ley tiene como objetivo primordial el impulso de la formalización, competitividad y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para aumentar el empleo sostenible, la rentabilidad y productividad, contribuyendo al (PBI) Producto Bruto Interno, ensanchando el mercado interno, las exportaciones y su contribución en la recaudación tributaria.

Importancia de las Mypes

Hoy por hoy, las Micro y pequeña empresa, forman parte muy importante del sistema de producción en el crecimiento económico, en donde gracias a sus aportes en un aproximado del 40% de ingreso al Producto Bruto Interno, formando parte de un grupo que impulsa el desarrollo monetario de un país, asimismo son generadoras del 47% de empleo que necesita la sociedad siendo esta su característica más predominante la modalidad que realiza la empresa. En lo cual van creciendo, van apareciendo más (MYPES) esto activa la economía, incrementando el potencial de producción, requiriendo más mano de obra, con lo cual contribuirán con creces sus atributos al estado.

Gestión de Calidad

Uribe, (2011) es el conjunto de actividades coordinadas que se despliegan de la función general de la dirección, enfocadas a determinar e implantar la política de calidad, los objetivos y las responsabilidades; que se establecen por medio de la planificación, el control, el aseguramiento y la mejora de la calidad dentro de un sistema de gestión, incluyendo la planeación estratégica, la asignación de recursos, el desarrollo de actividades operacionales y la evaluación relativa a la calidad, mediante el cual se podrá desarrollar un mejor funcionamiento en las actividades. (Uribe, 2011).

Por lo cual una gestión de la calidad no solo implica gestionar la calidad del producto o servicio, sino también administrar la calidad de la gestión de la organización. Esto quiere decir que dentro de la gestión de calidad se debe mejorar continuamente el proceso de gestión de la empresa reduciendo las actividades inútiles que no están agregando valor al proceso y permitiendo de esta forma un sistema más efectivo y eficiente, además es una herramienta que ayuda a mejorar y asegurar la calidad en todo el proceso de la empresa, logrando la satisfacción del cliente. (Uribe, 2011, p. 23).

Deulofefeu, (2012) Que hoy en día no existe una definición clara de lo que significa la calidad en relación con la gestión dentro de las empresas, pero cuando se habla de Gestión de Calidad, siempre se tiende a pensar en la calidad del producto o servicio, pero en un sentido amplio se refiere a la mejora continua, a la búsqueda de la excelencia, a tender a los cero defectos, o a dar la máxima importancia a la calidad de las personas con respecto a sus gustos y preferencias. (Deulofefeu, 2012, p. 32).

Por su parte, Balage & Saarti, (2014) expresa que mediante el desarrollo de los sistemas de Gestión de Calidad, las organizaciones han utilizado principalmente tres enfoques: la consultoría, la normalización y los modelos que son de mucha utilidad. (Balage & Saarti, 2014, p, 20).

Los consultores ayudan a las instituciones a aplicar los principios, métodos y herramientas técnicas propuestos por los expertos en calidad. En el enfoque de la normalización, la organización opta por seguir normas aceptadas internacionalmente como ISO 9001. Por otra parte, el enfoque de los modelos, la mayoría vinculados a premios a la calidad. (Balage & Saarti, 2014, p, 21)

Aunque hay diferencias entre estos enfoques, todos tienen mucho en común: intentan permitir que una organización lleve a cabo una implementación adecuada de los principios de la gestión de calidad total. (Balage & Saarti, 2014, p, 21).

Gonzales & Arciniegas, (2016) la base de Gestión de la Calidad es un método que está constituida por la implementación de una serie de procedimientos documentados que la empresa utiliza para demostrar que tiene en operación un sistema de calidad controlado, y que cuenta con la capacidad para la producción de bienes y servicios con calidad, proporcionando cierta garantía al cliente y satisfaciendo sus necesidades con lo cual las empresas logran permanecer en los mercados exitosamente, gracias a un buen funcionamiento de acuerdo a las exigencias del público. (Gonzales & Arciniegas, 2016, p. 27).

Atención al Cliente

García (2011) una de las definiciones acerca de la Atención al Cliente se puede entender como todo aquel servicio que proporciona las empresas, tanto las que prestan servicios como las que comercializan productos a sus clientes, cuando estos lo requieren, con lo cual se podrá garantizar la fidelización y la confianza de ambas partes. (García 2011, p. 11).

Al mismo tiempo la Atención o servicio al Cliente puede entenderse también como un concepto de trabajo, una forma de hacer las cosas, que afecta a la totalidad de la organización, tanto en la forma de atender al público externo clientes) como al público interno trabajadores, accionistas, logrando mantener una buena relación de amistad que permitirá una mejor comunicación. (García 2011, p. 12)

Domínguez (2014) la Atención al Cliente es el centro neurálgico de la Unidad formativa donde analizamos al cliente, sus características sociodemográficas, psicosociales, sus preferencias los procesos de compra de bienes y servicios que se demanda, y la atención adecuada que debe recibir de manera óptima en sus relaciones de compra y venta. En donde las personas que trabajan de cara al público/usuario/consumidor, deben prestar una buena atención y una gestión del servicio óptima y de calidad a nivel administrativo para que nuestros clientes se sientan satisfechos. (Domínguez, 2014, p. 7)

Al mismo tiempo la atención o servicio al cliente puede entenderse también como un concepto de trabajo, una forma de hacer las cosas que afecta a la totalidad de la organización, tanto en la forma de atender al público externo clientes, como al

público interno trabajadores, accionistas, causando malestares que afectan a la empresa (Domínguez, 2014, p. 11. 12).

Fundamentos de consideración al comprador

Dominguez, (2014):

Entorno: Está formado por todos los elementos físicos y elementos accesorios para su puesta en funcionamiento. La opinión que tiene los clientes es muy importante si queremos que tenga una buena sensación de nuestra empresa y eso solo es posible si nuestro entorno es aceptable. Ejemplo: Un edificio sería un elemento físico y su ambiente sería un elemento accesorio. (p. 168).

Organización: Es aquella que está formada por todos los elementos inmateriales o intangibles que utilizamos para despachar y satisfacer a los clientes. Ejemplo: En una empresa, uno de los elementos de la organización más importantes es el departamento de atención al cliente, por lo cual ayudará a descubrir los gustos y preferencias que deseen. (Domínguez, 2014, p. 168).

Empleados: Se les denomina a las personas que forman parte de la empresa y que son muy necesarias para relacionarse con los clientes. La imagen de la empresa dependerá de la imagen que los clientes tengan de los empleados de la empresa. (Domínguez 2014, p. 168).

Gustos del consumidor

Toda empresa busca su máxima rentabilidad, pero para poder lograrlo tiene que usar muchas estrategias y comportamientos frente a sus clientes sabiendo, que estos son la parte fundamental de la economía en donde la empresa tiene que dar lo mejor de sí para satisfacerlos y fidelizarlos cada día.

Tarodo, (2014) se encuentra en la evaluación que hace el cliente respecto a un servicio y que depende de que el servicio responda a sus necesidades y expectativas, de lo contrario, el cliente quedará insatisfecho. Para que esta definición de satisfacción del cliente sea activa en la empresa hay que entender el proceso humano que percibe el cliente para satisfacer sus implícitas y habitualmente lo realiza el personal que no es presenciado por el cliente, aunque a veces no puede juzgar la calidad del producto por la falta de conocimientos técnicos. Cuando se satisfacen este tipo de necesidades, el comprador cumple con esta función, y en estos momentos, el cliente se siente cómodo y tranquilo porque ese cumplimiento, minimizando la ausencia de errores para darlo por un supuesto. (p. 172)

Técnicas. Es la habilidad que se posee para cubrir las insatisfacciones del consumidor mediante los cuales podrá contrarrestar el buen servicio y podrá conocer la calidad del producto y el servicio que brinda esto permitirá que los clientes se sientan conformes y seguros con lo que necesitan dejando de lado todos los errores que se crucen en el camino.

Personal: Son capacidades que se satisfacen a través de las expectativas del cliente, lo que requiere tener unas habilidades eficaces y actitudes positivas por parte del personal de contacto con el cliente. No obstante, el cliente se forma siempre una opinión sobre la totalidad de la operación a pesar de las dificultades que tiene para tener una opinión sobre la calidad interna del producto. Para ello, se forma siempre una opinión sobre la calidad externa del producto, en especial, con las formas de cómo se le presta el servicio o se le entrega el producto. (Tarodo, 2014, p. 172)

Reconocer las exigencias y preferencias del usuario

Una tarea importante de la empresa es conocer las necesidades y gustos de los clientes es por ello por lo que identificarlos puede ser una tarea muy difícil, porque dependerá de la investigación de la búsqueda y entrar en el corazón de ellos, para conocer lo que requieran y de esa manera poder cubrir sus expectativas y lo que ellos deseen.

Guardeño, (2012) generalmente, las empresas u organizaciones que ya tienen cierto tiempo en el mercado suelen tener una amplia variedad de clientes como por ejemplo de compra frecuente, de compra ocasional, de altos volúmenes de compra, etc., quienes esperan servicios, precios especiales, tratos preferenciales u otros que estén adaptados a sus particularidades. (p. 14).

Esta situación plantea un gran reto a los mercadólogos porque está en juego no sólo la satisfacción del cliente o su lealtad, sino también la adecuada orientación de los esfuerzos y recursos de la empresa u organización. (Guardeño, 2012, p. 14).

Por ello, es muy importante que los mercadólogos conozcan a fondo cuáles son los diferentes tipos de clientes que tiene la empresa u organización y el cómo clasificarlos de la forma más adecuada, para que luego puedan proponer alternativas que permitan adaptar la oferta de la empresa a las particularidades de cada tipo de cliente (Guardeño, 2012, p. 14).

Categorización de consumidores

Guardeño, (2012):

Cientes actuales: Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) en una fecha reciente. Este tipo de cliente es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado. (p. 15)

Cientes potenciales: Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que no realizan compras a la empresa en la actualidad, pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de cliente es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro, a corto, mediano o largo plazo, y, por tanto, se considerará como fuente de ingresos futuros. (Guardeño, 2012, p. 16).

Prototipo de consumidores

Cada día nos enfrentamos a diversos tipos de clientes ya sea en su carácter sus exigencias su humor, o ya sea clientes fijos, temporales o nuevos, con lo cual la empresa y sus colaboradores tienen que estar capacitados y preparados para poder sobrellevar cualquier situación que se requiera.

Guardeño, (2012) es donde por la cual se seleccionan y relacionan a los clientes con la empresa por medio de las participaciones y frecuencias al establecimiento.

Cientes de compra frecuente: Son los que realizan compras repetidas a menudo, o el intervalo de tiempo entre una compra y otra es más corta que el realizado por la mayoría de los clientes. Este tipo de clientes, por lo general, está complacido con la empresa, sus productos y servicios. Por tanto, es muy importante no descuidar las relaciones con ellos y darles continuamente un

servicio personalizado que los haga sentir importantes y valiosos para la empresa. (p. 17).

Cientes de compra habitual: Son los que realizan compras con cierta regularidad porque están satisfechos con la empresa, el producto y el servicio. Por tanto, es aconsejable brindarles una atención esmerada para incrementar su nivel de satisfacción, y de manera tratar de incrementar su frecuencia de compra. (p, 17).

Cientes de compra ocasional: Son aquellos que realizan compras de vez en cuando o por una sola vez. Para determinar el motivo de esa situación, en su primera compra se le debe solicitar algunos datos que permitan contactar con él en el futuro, de esa manera se podría investigar, en el caso de que no vuelva a realizar otra compra, el porqué de su alejamiento y el cómo se puede remediar o cambiar esa situación (Guardeño, 2012, p. 18).

Cientes satisfechos: Son aquellos que percibieron el desempeño de la empresa, el producto, y el servicio como coincidencia de sus expectativas. Este tipo de clientes se muestra poco dispuesto cambiar de marca, pero puede hacerlo si encuentra otro proveedor que le ofrezca una oferta mejor. Si se quiere elevar el nivel de satisfacción de estos clientes se debe planificar e implantar servicios especiales que puedan ser percibidos por ellos como un plus que esperaban recibir (Guardeño, 2012, p. 19).

Cientes insatisfechos: Son los que percibieron el desempeño de la empresa, el producto o el servicio por debajo de sus experiencias. Por tanto, no quieren repetir esa experiencia desagradable y potan por otro proveedor. Si se quiere recuperar la confianza de estos clientes, se necesita hacer una investigación profunda de las causas que generaron su insatisfacción, para luego realizar las correcciones que sean necesarias. Por lo general, este tipo de acciones son muy costosas porque tienen que cambiar una perfección que ya se encuentra arraigada en el consciente y subconsciente de este tipo de clientes (Guardeño 2012, p. 19, 20).

Preferencias del comprador

Es la relación que se va obteniendo con los clientes día a día tratando de complacerles usando la amabilidad el respeto y el carisma y sobre todo la calidad de atención ya que se viven tiempos competitivos que un error de la empresa y sus colaboradores le costara la pérdida de los usuarios.

Sector de consideración del consumidor

Este Departamento tiene por concerniente tener un espacio de cliente a empresa donde se puedan dar a conocer los gustos y preferencias, así como los desacuerdos y problemas que tengan los consumidores, con la finalidad de estar preparados y capacitados para dar una buena atención que marcara el bienestar y satisfacción al consumidor.

Blanco, (2013) el servicio de atención al cliente lo define como el conjunto de actividades que relacionan al cliente con la empresa para lograr su satisfacción, la implantación de ese servicio determina la posibilidad de la existencia de un departamento específico de atención al cliente. En este apartado se desarrollan los factores más importantes del departamento de atención al cliente, tomando como modelo el que suelen tener las empresas medianas y grandes, que son: funciones, estructura, coste, procesos, controles vinculados al proceso administrativo. (Blanco 2013, p. 199).

Labor del lugar en consideración del comprador

La finalidad de esta área tiene como objetivo fundamental poner en marcha las prácticas y funciones coordinadas de atención con respecto a las exigencias, peticiones

y cambios que tienen sus clientes, en las cuales puedan darles soluciones rápidas satisfactoriamente.

2.3. Marco conceptual

MYPES:

Se determina al conjunto de personas involucradas en adquirir solvencia económica en la cual ejercen el desempeño e inversión que permite formar una empresa con la cual ayudará a sustentar y aumentar sus ganancias, así mismo brindar oportunidad de trabajo al que lo requiera, además mejoraría el crecimiento de manera fructífera para el bienestar de un país, es por ello que son importantes estas organizaciones ya que su aportación mejorará en los ingresos en el desarrollo de nuestra sociedad.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas

Las micros y pequeñas empresas se caracterizan por tipo o movimientos que realizan, además por la cantidad de individuos que participan y por el capital de la inversión que ellos incluyen para su creación.

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas

Las Micros y Pequeñas Empresas son de vital importancia en nuestro país porque gracias a sus actividades y funcionamientos se impulsa la economía, se genera en gran manera empleo, además motivan a más individuos a incursionar en los negocios y con la ayuda de las autoridades se forje un nuevo mañana permitiendo la formalidad para lograr exitosa que se quiere obtener por el bienestar de todos.

Gestión de Calidad

Es proponer o impulsar cambios de mejora continua con respecto al producto o servicio que se brinda a los consumidores, para que de esta manera en tiempos cambiantes como los que se vivimos, estemos aptos y alertas para contrarrestar estas situaciones negativas, logrando la satisfacción y la fidelización de nuestros clientes.

Atención al cliente

Es la forma de atención responsable que la empresa brinda & proporciona, ya sea por un servicio o producto que se requiera, utilizando diversas formas y técnicas, donde es importante lograr una buena relación con los clientes para conocer profundamente sus gustos y preferencias logrando así la satisfacción y fidelización de los consumidores.

Cliente

Es aquel individuo que busca satisfacer sus necesidades diarias por lo cual es el que anhela encontrar un lugar que le brinde confianza, garantía, respeto, amabilidad, precios bajos, que lo mantenga a gusto y satisfecho.

Servicio

Es la modalidad o forma que se utiliza para cubrir una necesidad que se requiera, que con lo cual marcara el crecimiento de la empresa para ello se debe utilizar estrategias y diversidad de cambios que permitirán el éxito.

Mype: (significado)

Micro y pequeñas empresas.

Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – rubro Lavadero de Autos:

Gracias al incremento de vehículos en Nuevo Chimbote encontramos muchos establecimientos que brindan el servicio de lavado de autos, con lo cual vieron en ello una gran inversión de tal manera que dicho negocio se ha convertido un generador de ingresos muy rentable para el empresario es por ello la constitución de las Mypes en este sector de servicio, que por la pugna de crecer y desarrollarse buscan las formas y maneras estratégicas para posicionarse en el mercado enfatizándose en la buena atención, en la calidad de sus productos, precios, promociones, estrategias e innovaciones para que sus clientes estén satisfechos y con todo ello también poder fidelizarlos, en el cual también está dirigido a un público general dejando abierta la posibilidad de conseguir este servicio en todo lugar que se requiera, es por ello que después de esta investigación se busca mejorar e implementar una buena gestión de calidad en este rubro que marcara la diferencia y el éxito que se requiera.

Productos

- ✓ Ceras auto brillo
- ✓ Shampoo espumantes
- ✓ Siliconas aromáticas
- ✓ Tarjetas perfumadas
- ✓ Abrillantador de llantas
- ✓ Limpia vidrios
- ✓ Removedor de manchas
- ✓ Crema removedor.

III. HIPÓTESIS

En el presente estudio de investigación titulada gestión de calidad con el uso de atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017 no se plantea hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Según los autores, Santa Paella y Feliberto Martins (2010) menciona en su investigación que el diseño no experimental, es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable (Pág. 87), aunque en nuestra investigación se desarrolló el diseño **No Experimental**, porque la variable en estudio Atención al Cliente no ha variado ni mucho menos ha sido modificada, lo cual se llevara a cabo de manera real con respecto a las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro lavadero de autos en el Distrito de Nuevo Chimbote, 2017. Por otro lado, Ricardo Hernández (2012) manifiesta que el diseño transversal es apropiado cuando la investigación se centra en analizar cuál es el nivel de una o diversas variables en un momento dado (Pág. 9), por lo cual nuestro trabajo de investigación **Fue Transversal**, porque su estudio será en un tiempo determinado con una fase de principio a fin, en donde el presente estudio se ha ejecutado en el año 2017.

Así mismo Fidias G. Arias (2012) refiere que la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento (Pag.24), es por ello que el trabajo de investigación **Fue Descriptivo**, porque solamente se describió las características más relevantes e importantes de la investigación en las micro y pequeñas empresas en estudio.

4.2 Población y Muestra

Tamayo (1997) que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico (Pág. 38), en lo cual en nuestro trabajo de investigación la **Población** estuvo conformada por 10 micro y pequeñas empresas, las cuales fueron identidades a través de un sondeo (anexo 03), además se tomó una **Muestra** de 10 del mismo modo, en el sector servicio rubro lavadero de autos en el Distrito de Nuevo Chimbote, 2017, los cuales fueron elegidas por medio de un muestreo.

4.3 Definición y Operacionalización de las variables e indicadores

Variab les	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas	Es la persona que se hace cargo de gestionar o administrar el negocio ya sea con profesión o sin conocimiento; lo cual son los encargados de llevar al frente y sacar adelante la organización.	Edad	a) 18-30 años b) 31-50 años c) 51 a más años	Razón
		Género	a) Masculino b) Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior no universitaria e) Superior universitaria	Ordinal
		Cargo que desempeña	a) Dueño b) Administrador	Nominal
		Tiempo en el cargo	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Razón
Perfil de las Micro y Pequeña Empresa	Son las fuentes generadoras de ingresos y empleos del país, además son las que se centran en la calidad mejoramiento	Tiempo de permanencia	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Razón
		Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores	Razón
		Personas que trabajan	a) Familiares b) Personas no familiares	Nominal

	de un producto o servicio con la finalidad de poder satisfacer las necesidades de los clientes.	Objetivo de creación	a) Generar ganancia b) Subsistencia	Nominal
Gestión de Calidad con el uso en atención al cliente	Gestión de calidad, es la manera en la cual la empresa se presenta al cliente para poder satisfacer sus gustos y preferencias. Atención al cliente, son las formas y maneras de brindar un servicio de calidad a los clientes o también en un producto, con el objetivo de brindarle lo que necesitan y de esa manera satisfacer sus necesidades.	Gestión de Calidad	a) Si b) No	Nominal
		Técnicas de gestión de calidad	a) Benchmarking b) Red corporativas c) Empowerment d) Las 5 s e) Outsourcing f) Otros g) Ninguno	Nominal
		Dificultades para la implementación	a) Poca iniciativa b) Aprendizaje lento c) No se adapta a los cambios d) Desconocimiento del puesto e) Otros	Nominal
		Técnicas de rendimiento	a) La observación b) La evaluación c) Escala de puntuaciones d) Evaluación de 360° e) Otros f) Ninguno	Nominal
		La gestión mejora el rendimiento	a) Si b) No	Nominal
		La gestión ayuda alcanzar sus objetivos	a) Si b) No	Nominal
		Aplica gestión de calidad en el servicio	a) Si b) No	Nominal
		Conocimiento de atención al cliente	a) Si b) No	Nominal
		La atención al cliente es fundamental	a) Si b) No	Nominal
		La atención al cliente es	a) Buena b) Regular c) Mala	Nominal
		Porque se da una mala atención	a) No tiene suficiente Personal b) Mala organización de los trabajadores c) Si brinda una buena	Nominal

			atención	
		Aplica técnicas modernas de atención	a) Si b) No	Nominal
		Es eficiente cuando atiende y soluciona problemas	a) Si b) No	Nominal
		La buena atención permite el posicionamiento en el mercado	a) Si b) No	Nominal

4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos según Álvarez (2001) menciona que a través de la técnica de la encuesta permite obtener la información de un grupo socialmente significativo de personas relacionadas con un problema de estudio, con el fin de tener resultados positivos es que se realiza esta técnica. Con este fin la técnica que se realizó en la investigación de estudio fue la encuesta que estuvo dirigido a todos los representantes de las micro y pequeñas empresas, así mismo Hurtado (2000) manifiesta que el cuestionario es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento situación o temática en particular sobre el cual el investigador desea tener información; es por ello que el instrumento de ayuda que se aplicó para este estudio fue el cuestionario lo cual abarco en 23 preguntas dirigidas al representantes acerca de datos generales concerniente a las características propias de él, características de las Mype, además acerca de la gestión de calidad y la atención al cliente del sector servicio rubro lavadero de autos del distrito de nuevo Chimbote 2017, lo cual esto influirá atener información veraz y verdadera.

4.5 Plan de Análisis

Mediante el plan de análisis, se obtuvieron diversos resultados mediante la **encuesta**, de igual forma se aplicó un **cuestionario** que estuvo compuesta de 23 preguntas dirigidas a los representantes para lograr determinar las variables de estudio y prontamente para ser procesadas. Luego de obtener la información se procederá a trabajar con sistema de tecnología como son el programa de Microsoft **Excel** para pronta mente realizar nuestras tablas y gráficos estadísticos que obtendremos de la información de la investigación de estudio. También se utilizará el programa de Microsoft **Word** para describir y presentar el informe detallado de todo lo que se está realizando en esta investigación, de igual forma se envira el proyecto en archivo PDF.

4.6 Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Técnicas de instrumento
<p>Central ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad con el uso de Atención al Cliente y Propuesta de mejora en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, Lavadero de Autos en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa 2017?</p> <p>Secundarios: ¿Cuáles son las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, Lavadero de Autos en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa 2017?</p> <p>¿Cuáles son las características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, Lavadero de</p>	<p>General ¿Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso de Atención al Cliente y propuesta en las micros y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro, Lavadero de autos en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa 2017?</p> <p>Específicos Determinar las principales características de los representantes de las Micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro, Lavadero de Autos en el Distrito de Nuevo Chimbote Provincia del Santa, 2017.</p> <p>Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Lavadero de Autos en el Distrito de Nuevo Chimbote Provincia del</p>	<p>Gestión de calidad Es el conjunto de actividades coordinadas que se despliegan de la función general de la dirección, enfocadas a determinar e implantar la política de calidad, los objetivos y las responsabilidades; que se establecen por medio de la planificación, el control, el aseguramiento y la mejora de la calidad dentro de un sistema de gestión.</p>	<p>Población Está determinada por 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro lavadero de autos en el distrito de nuevo Chimbote 2017. Registradas oficialmente.</p> <p>Muestra Está conformada por 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro lavadero de autos en el distrito de nuevo Chimbote 2017, la cual será determinada por la aplicación de una fórmula muestral para la población.</p>	<p>Tipo de Investigación El tipo de la investigación que se utilizó en el trabajo es Cuantitativo.</p> <p>Nivel de investigación La investigación desarrollo el nivel descriptivo porque solo se describieron las características más importantes de los; representantes, de las micro y pequeñas empresas de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente y la propuesta de mejora, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro lavadero de autos del distrito de Nuevo Chimbote 2017.</p>	<p>Técnicas e Instrumento de recolección de Datos: La técnica de investigación de datos que se utilizó son las Encuestas dirigidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro lavadero de autos en el distrito de nuevo Chimbote 2017. Lo cual se obtuvieron los datos reales para una buena información.</p>

<p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro lavadero de autos en el distrito de nuevo Chimbote provincia del santa, 2017.</p> <p>¿Qué realizar para la ejecución de la gestión de calidad en el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro lavadero de autos en el distrito de nuevo Chimbote provincia del santa, 2017</p>	<p>Santa 2017.</p> <p>Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso de Atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Lavadero de Autos en el Distrito de Nuevo Chimbote Provincia del Santa 2017.</p> <p>Elaborar un plan de Mejora sobre la aplicación de una gestión de calidad con el uso de Atención al Cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Lavadero de Autos en el Distrito de Nuevo Chimbote Provincia del Santa 2017.</p>	<p>Atención al cliente Es lograr que nuestros clientes reciban una buena atención a través de un servicio adecuado donde se tenga como objetivo primordial conseguir que nuestros usuarios se sientan satisfechos, alcanzando así cubrir sus necesidades que requiera atrayendo su confianza y fidelizándolos a nuestra empresa.</p>		<p>Diseño: En la investigación de estudio se utilizó un diseño no experimental-transversal.</p> <p>No Experimental; porque el estudio se realizó con datos reales sin ninguna modificación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro lavadero de autos en el distrito de nuevo Chimbote 2017.</p>	<p>Además, el instrumento que se utilizó será el cuestionario que también está dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro lavadero de autos del distrito de nuevo Chimbote 2017.</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>
---	---	---	--	--	---

4.7 Principios Éticos

Según los principios descritos en el código de ética versión 001, Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-ULADECH CATOLICA, el estudio del proyecto de investigación el cual se desarrolló con el

propósito de brindar en conocimiento y bien común revelando principios y valores éticos tales como:

Protección a las personas: Es la cual determinara la protección de cualquier riesgo y la obtención de un beneficio, como al respeto de la persona, su identidad, confiabilidad y privacidad a la hora de ejecutar la investigación.

Beneficencia y no maleficencia: En esta parte se da lugar al bienestar de la persona en su proyecto de investigación, además de cumplir con el reglamento con respecto a causar daño y disminuir los posibles efectos adversos.

Justicia: El investigador debe tener la cordura aceptable para tomar precauciones con respecto a sus conocimientos y habilidades, no dando lugar a las injusticias, promoviendo la equidad otorgando así a las personas los resultados de sus investigaciones.

Integridad científica: Rectitud que se rige en la investigación, a sus conocimientos y al desarrollo profesional del investigador y principios éticos que se deben demostrar, sin alterar nada aun en procesos indebidos dando lugar siempre a la integridad.

Consentimiento informado y expreso: Este proyecto debe contar con información oportuna, voluntaria, informada, libre, inequívoca y específica; con la cuales conlleve la investigación a los objetivos deseados con respecto a los proyectos.

Todo ello permite realizar una investigación productiva que garantice el desarrollo y conocimiento de futuros investigadores, siendo así una ayuda para mejorar y emprender un trabajo de investigación que lleve de la mano los valores de ética.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las Micros y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, del distrito de nuevo Chimbote, 2017

Datos Generales	N	%
Edad		
18 – 30 años	3	30.00
31 – 50 años	6	60.00
51 a mas años	1	10.00
Total	10	100.00
Genero		
Masculino	6	60.00
Femenino	4	40.00
Total	10	100.00
Grado de Instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	3	30.00
Superior no universitario	0	0.00
Superior universitario	7	70.00
Total	10	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	4	40.00
Administrador	6	60.00
Total	10	100.00
Tiempo en el cargo		
0 a 3 años	8	80.00
4 a 6 años	2	20.00
7 a mas años	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017

Tabla 2

Características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

Empresa	N	%
Tiempo de Permanencia		
0 a 3 años	7	70.00
4 a 6 años	1	10.00
7 a mas años	2	20.00
Total	10	100.00
N° de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	8	80.00
6 a 10 trabajadores	1	10.00
11 a más trabajadores	1	10.00
Total	10	100.00
Las personas que trabajan en su empresa so		
Familiares	2	20.00
Personas no familiares	8	80.00
Total	10	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancias	7	70.00
Subsistencia	3	30.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en las de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

Gestión de Calidad	N	%
Conocimiento del termino Gestión de Calidad		
Si	8	80.00
No	2	20.00
Total	10	100.00
Técnicas de Gestión de calidad conoce		
Benchmarking	0	0.00
Red - corporativa	1	10.00
Empowerment	2	20.00
Las 5S	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	7	70.00
Total	10	100.00
Dificultades para su implementación		
Poca iniciativa	5	50.00
Aprendizaje lento	2	20.00
No se adapta a los cambios	1	10.00
Desconocimiento del puesto	1	10.00
Otros	1	10.00
Total	10	100.00
Técnicas de medición		
Obserbacion	8	80.00
La evaluacion	2	20.00
Escala de puntuacion	0	0.00
Evaluacion de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00
La Gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
La Gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en las de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

Concluye...

Conocimiento del termino Atención al Cliente		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Utilización de Gestión de calidad en el servicio brindado		
Si	9	90.00
No	1	10.00
Total	10	100.00
La atención al cliente es fundamental para que regresen		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
La atención que brinda a los cliente es		
Buena	9	90.00
Regular	1	10.00
Malo	0	0.00
Total	10	100.00
Motivos de una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	1	10.00
Por una mala organización de los trabajadores	6	60.00
Si brinda una buena atención al cliente	3	30.00
Total	10	100.00
Técnicas modernas de atención utilizan		
Si	3	30.00
No	7	70.00
Total	10	100.00
Es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
La atención al cliente permite su posicionamiento en el mercado		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes del sector servicio rubro lavaderos de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

Tabla 4

Elaborar la propuesta de mejora aplicando gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos del distrito de Nvo. Chimbote, provincia del santa, 2017.

PROPUESTA DE MEJORA	Causa	Solución Aplicación de Mejora	Responsable
(RESULTADOS) No conocen las técnicas de Gestión de Calidad.	La falta de conocimiento de las técnicas de Gestión de Calidad	La capacitación es importante para, luego ejecutarla, ya que estas técnicas podrán fortalecer el proceso de productividad, medir sus servicios, y garantizar el desempeño en la organización.	Gerente y/o Propietario
Tienen dificultades para implementar las técnicas de Gestión de calidad.	Tienen poca iniciativa para ejecutarlas	Implantar la iniciativa y conocimiento, para no imposibilitar a los colaboradores a que realicen estas técnicas por lo cual es importante la formación y el liderazgo para que sea de ejemplo y motivación para aplicarlas en las	Gerente y/o Propietario
Solo conocen la técnica, Observación para medir a sus colaboradores	La falta de entendimiento y preparación.	Implementar las técnicas de medición evaluara a los colaboradores en, eficiencia, nivel, conocimiento, rendimiento, ya que la empresa sabrá con quienes cuenta, podrá formar un equipo de trabajo estable y con buen potencial.	Gerente y/o Propietario
Tienen una mala organización	Trabajan de manera desordenados los colaboradores	Diseños que tiene el proceso administrativos ayudara en planificación, organización, dirección y control, con ello obtendrán orden y cumplimiento de	Gerente y/o Propietario
No utilizando técnicas modernas de Atención.	Por qué se han conformado con lo que tienen y realizan	La técnica en Atención servirá para conocer a los consumidores que es la base fundamental de los ingresos, dándoles prioridad, confiabilidad, comunicación de manera que se satisfaga sus necesidades y sean nuestros clientes fijos.	Gerente y/o Propietario
No conocen a profundidad lo que es Gestión de calidad	Solo se dejan llevar por sus conocimientos empíricos	Con ejecución de los diseños de gestión de calidad para gerentes, dueños, colaboradores cambiara la estructura, visión, planes, en el ámbito empresarial ya que vivimos en un mundo competitivo y de cambiante y esto lograra que las organizaciones se consoliden y crezcan.	Gerente y/o Propietario

5.3 Análisis de Resultados

Respecto al objetivo específico 1:

Determinar las características de los representantes de la micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, en el distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

El 60% de los encuestados tienen una edad que oscila entre 31 a 50 años, lo cual corrobora Pineda (2014), en su investigación arrojó que el 50% manifiestan tener de 31 a 40 años de edad, así mismo Higinio (2016), En su investigación arrojó que el 33.33% manifestó tener de 41 a 45 años de edad sin embargo difiere relativamente con Merino (2016), en su investigación encontró que el 58.30% del rango de 30 a 44 años en edad, de igual manera Rengifo (2016), en su investigación encontró que el 60% oscila entre de 30 a 44 años de edad, la mayoría de los representantes son personas adultas.

El 60 % de los representantes son masculinos lo cual corrobora Rengifo (2016), En su investigación encontró que el 93% son del sexo masculino, de igual manera Higinio (2016), en su investigación encontró el 91,67% es del sexo masculino, asimismo Pineda (2014), en su investigación el 90% son de sexo masculino, de igual modo Merino (2016), en su investigación arrojó que el 75% de los encuestados son del género masculino, Esto nos indica que la mayoría de los representantes son hombres trabajadores y con superación.

El 70% de los encuestados tienen un grado de instrucción superior universitaria, lo cual difiere con Rengifo (2016), en su investigación encontró que el 53% tienen estudios básicos, así mismo discrepa con Merino (2016), en su investigación arrojó el

66.7% tienen instrucción básica en sus empresas. La mayoría de los representantes tienen secundaria completa, y necesitan conocer herramientas y técnicas administración, en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, que tuvieron como resultados en las encuesta.

El 60 % de los encuestados menciona que el cargo que se desempeña en las empresas son Administradores, la cual son las personas que están a cargo ya sea por ser preparados han estudiado y tienen conocimiento o que sean personas que con la práctica conocen el movimiento del trabajo.

El 80% de los encuestados afirma que el tiempo en el cargo que desempeñan es de 0 a 3 años ya sea porque muchos de ellos no siguen en funcionamiento y cierran y otra es porque luego lo asumen los propios propietarios o dueños.

Respecto al objetivo específico 2:

Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

El 70 % de los encuestados indica que tienen de 0 a 3 de permanencia en el rubro lo cual demuestra que este tipo de organización no son duraderas ya sea por una mala organización o por falta de innovación, ya que es un rubro fácil de constituir y poner en marcha ya que todo dependerá de cómo el encargado se desplace en sus funciones para lograr el éxito.

El 80% de los encuestados indican que cuentan con un numero de 1 a 5 trabajadores; lo cual corrobora Merino (2016), en su trabajo de investigación encontró que el 90% tiene entre 1 a 4 trabajadores, al ser micro y pequeñas empresas no cuentan

con más de 5 trabajadores en este servicio de lavado de autos. Así mismo corrobora Rengifo (2016), en su trabajo de investigación que el 93% de los talleres trabajan de 1 a 5 personas.

El 80% de los encuestados menciona que las personas que trabajan en su empresa no son sus familiares, ya que ellos coinciden que es mejor tener gente desconocida para cumpla y trabaje sin problemas ni dificultades por el bienestar del negocio y de los clientes que son lo primordial.

El 70% de los encuestados afirmaron que el objetivo de la creación de la empresa es generar ganancias, y también brindar trabajo ya que hoy en día se busca invertir para generar ingresos y cubrir las necesidades y también sirva para generar ingresos al estado.

Respecto al objetivo específico 3:

Determinar las características de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, en el distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

El 80% de los encuestados mencionaron que SI tienen conocimiento del termino gestión de calidad; lo cual difiere con Merino (2016), en su trabajo de investigación arrojó que 83.33% en mayoría, no reconocen el procedimiento de gestión de calidad en las empresas. El 70% de los encuestados; conocen Otros; técnicas de gestión de calidad, lo cual así lo afirma Rengifo (2016), en su trabajo de investigación el 80% respondieron que si conoce técnicas de gestión.

El 50% de los encuestados mencionan que tienen poca iniciativa; por tanto, tienen dificultades para implementar la gestión, lo cual corrobora Pineda (2014), en su trabajo de investigación donde el 70% manifiestan que muy pocas veces implementan cursos de gestión en base a sus potencialidades y debilidades, Así mismo Merino (2016), en su trabajo de investigación nos dice el 66.67% no presta atención, de igual manera Núñez (2015), en su trabajo de investigación arrojo que el 58.33% de los usuarios encuestados, considera que los colaboradores del lavado de autos no desempeñan adecuadamente su trabajo.

El 80% de los encuestados afirma que una de las técnicas de rendimiento es la observación que se utiliza dentro de la empresa para medir el rendimiento y capacidad de los colaboradores así poder tener cambios y mejoras tanto para el trabajador como para el negocio ya que los dos funcionan de la mano por el bienestar de todos y más aun de los clientes que son lo primordial.

El 100% de los encuestados mencionaron que SI, la Gestión de calidad mejora el rendimiento de negocio lo cual difiere con Merino (2016), en su trabajo de investigación sólo un sector mínimo 33.33% se preocupa en la calidad de servicio ofrecido a su clientela, así mismo Pineda (2014), en su trabajo de investigación encontró que el 50% manifiesta que muy pocas veces elaboran el plan de mejoramiento dentro del proceso de prestación de servicios.

El 100% de los encuestados menciona que SI conocen el término atención al cliente, lo cual es fundamental, no solo es conocerla sino también es ponerla en práctica

porque gracias a esta herramienta se lograr brindar un servicio de calidad a los clientes logrando así el éxito empresarial.

El 60% de los encuestados mencionaron que SI aplican gestión de calidad al servicio brindado son embargo esto difiere con Rengifo (2016), en su trabajo de investigación que el 80% respondieron que no utiliza documentos de gestión para mejorar la calidad en la prestación del servicio.

El 100% de los encuestados afirmaron SI, es fundamental la atención al cliente para que este regrese al establecimiento, esto difiere con Núñez (2015), en su trabajo de investigación ya que el servicio prestado no es favorable, ya que el 58.33% no se encuentran satisfechos con el servicio.

El 90% de los encuestados asegura que la atención que brinda es Buena lo cual difiere con Núñez (2015), en su trabajo de investigación encontró que el 50% manifiesta que muy pocas veces elaboran el plan de mejoramiento dentro del proceso de prestación de servicios para una buena atención de calidad.

El 60% de los encuestados manifiesta que se está dando una mala atención al cliente por una mala organización de los trabajadores lo cual así lo corrobora Núñez (2015), en su trabajo de investigación que el 58.33% de los representantes encuestados, considera que los colaboradores del lavado de autos no desempeñan adecuadamente su trabajo y no tratan bien a sus clientes, esto dificulta el buen desempeño del servicio en la empresa.

El 70% de los encuestados mencionaron que NO utilizan técnicas modernas de atención al cliente por lo cual esto difiere con Pineda (2014), en su trabajo de

investigación nos dice que el 60% manifiestan que muy pocas veces adquieren nuevas tecnologías para su atención.

El 100% menciona que SI, la empresa es eficiente cuando atiende y soluciona problemas, lo cual esto difiere con Pineda (2014), en su trabajo de investigación afirma que el 50% manifiesta que pocas veces solucionan los problemas que se presenta en el proceso de servicios por parte del personal, de igual manera Higinio (2016), en su trabajo de investigación encontró que el 58.00% manifestó no dar respuesta inmediata a la solución de problemas en la organización.

El 100% de los encuestados corroboran que SI, la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado porque es una herramienta que permite facilitar las relaciones con los clientes y de esa manera conocer y descubrir sus gustos y preferencias para luego lograr fidelizarlos.

Respecto al objetivo específico 4:

Propuesta de mejora sobre la aplicación de gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Lavadero de Autos, distrito de nuevo Chimbote, 2017.

Mediante el estudio de investigación del proyecto realizado se dio como resultados muchos errores las cuales les puede costar en los interés de la organización es por ello la importancia de implementar los procesos administrativas la ejecución de promover la capacitación, diseñar las estructura del trabajo en equipo, ejecutando este plan de trabajo ayudara en la desarrollo y crecimiento de la empresa.

VI. CONCLUSIONES

6.1 Conclusiones

- ✓ Se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, tiene una edad que oscila entre 31 a 40 años de edad, así mismo la mayoría son de género masculino, de igual manera la mayoría tiene un grado de instrucción superior universitaria, además el encargado es el administrador y la mayoría tiene 0 a 3 años en el cargo.
- ✓ Además la mayoría de los representantes tiene de 0 a 3 años en el rubro, de igual forma cuenta con un número de 1 a 5 trabajadores, además la mayoría no son sus familiares y la mayoría buscan generar ganancia para el bienestar propio y de los demás impulsando así el valor que tienen las micro y pequeñas empresas.
- ✓ La mayoría de los representantes conoce el término gestión de calidad, la mayoría conoce otras técnicas de gestión, la mayoría tiene poca iniciativa para ejecutar para su implementación, la mayoría utiliza la observación como técnica de medición de rendimiento, la mayoría SI conoce la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio, la mayoría SI conoce la Gestión de calidad que ayuda a alcanzar los objetivos de la organización, la mayoría conoce el término atención al cliente, la mayoría aplica la Gestión de calidad en el servicio brindado, la mayoría menciona que la atención al cliente es fundamental para que este regrese, la mayoría asegura que es Buena la atención que brinda, la

mayoría afirma que se está dando una mala atención por una mala organización de los trabajadores, la mayoría utiliza técnicas modernas de atención al cliente, la mayoría la empresa es eficiente cuando atiende y soluciona problemas relacionados a los clientes, la mayoría afirma que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

- ✓ Además se concluye con respecto a la propuesta de mejora, que las empresas en su gran mayoría necesita un respaldo profesional en los conocimientos del ámbito empresarial ya que no solo basta con la experiencia y es necesario la preparación, es por ello la importancia de conocer y aplicar las diversas herramientas administrativas, además de la capacitación, el trabajo en equipo, e implementar estrategias de trabajo, a través de los procesos administrativos que ayudaran a que la organización se consolida y sea competitiva en un mercado cambiante que busca mejorar los ingresos y satisfacer las necesidades de los consumidores.

6.2. Recomendaciones

- ✓ Respecto a los representantes legales, podemos implantar que pasen por un proceso de capacitación ya que ellos como líderes cabezas de la empresa tienen la obligación de prepararse en todo el conocimiento Idóneo ya que esto le permitirá implementar nuevas tácticas y procedimientos tanto con la institución, trabajadores y lo más importante los clientes, lo cual gracias a diseños que implanten influirá en todo lo que haga para el mejoramiento y equipamiento de la organización.

- ✓ Respecto a las micro y pequeñas empresas, que brinde capacitaciones a sus trabajadores, busquen diseños de innovación, que cada día estén pendientes del cliente y más aún estén preparados para todo cambio que se dé, es por ello que es de vital importancia que tengan un plan bien estructurado con visión y misión que este bien controlado con mirar al éxito.

- ✓ Respecto a la variable en estudio que es una herramienta poderosa que se debe implantar para utilizarla dentro de las empresas, que, si la saben aprovechar y utilizar generará cambios importantes dentro de la organización donde esto repercutirá al diseño de desarrollo y crecimiento de todos, logrando así la satisfacción de los trabajadores, clientes y la sociedad por lo cual es de suma importancia la inclusión en todas las áreas de esta herramienta.

- ✓ Implantar la capacitación del representante para un buen liderazgo. Diseñar nuevas estructuras en las áreas de trabajo. Implementar el trabajo en equipo para lograr las metas. Ejecutar el buen funcionamiento de los procesos administrativos.

REFERENCIAS

- Arenas, A. (2009). *Sistema de gestión de la calidad según iso-9000*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3181394&query=Sistema+de+gesti%C3%B3n+de+la+calidad+seg%C3%BAAn+is+o-9000.+#>
- Balagué, N., & Saarti, J. (2014). *Gestión de la calidad en la biblioteca*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3221821&query=Gesti%C3%B3n+de+la+calidad+en+la+biblioteca>
- Blanco, G. C., Lobato, G. F., & Lobato, V. F. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3217294&query=Comunicaci%C3%B3n+y+atenci%C3%B3n+al+cliente#>
- Deulofefeu, A. J. (2012). *Gestión de calidad total en el retail: con la implicación de personas y la satisfacción del cliente y la sociedad*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Chávez, M. (2017). *Gestión de calidad con el modelo integral de la productividad en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores del distrito de Huaraz, 2017*. (Tesis pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Domínguez, G. E. (2014). *Atención al cliente en el proceso comercial. uf0349*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3222663&query=Atenci%C3%B3n+al+cliente+en+el+proceso+comercial.+uf0349>

- García, C. M. J. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor (uf0036)*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3211429&query=Gesti%C3%B3n+de+la+atenci%C3%B3n+al+cliente%2Fconsumidor+%28u+f0036%29>
- González, O., & Arciniegas, J. (2016). *Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la norma iso 2015*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=4870575&query=Sistemas+de+gesti%C3%B3n+de+calidad%3A+teor%C3%ADa+y+pr%C3%A1ctica+bajo+la+norma+iso+2015>
- Guardaño, L. M. D. R. (2012). *Atención al cliente en el proceso comercial: Actividades de gestión administrativa (uf0349)*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3212268&query=Guarde%C3%B1o+2012+clasificaci%C3%B3n+de+los+clientes#>
- Higinio, A. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo de liderazgo contingencial de Fred Fiedler en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro transporte regional vía terrestre de pasajeros en el distrito de Huaraz, 2014*. (Tesis pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Merino, F. (2016). *Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector servicios, lavado de vehículos en el distrito de Satipo, año 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Núñez, E. (2015). *Formalización y gestión de calidad de las MYPE rubro lavado de autos Talara 2015*. (Tesis pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

- Pineda, S. (2014). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro transporte turístico terrestre del distrito de Huaraz, 2014*. (Tesis pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Rengifo, C. (2016). *Gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro reparación de vehículos menores en el distrito de San Juan Bautista, 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Tarodo, P. C. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3229607>
&query=Comunicaci%C3%B3n+empresarial+y+atenci%C3%B3n+al+cliente
- Torres, G (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017*. (Tesis pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Uribe, M. M. E. (2011). *Los sistemas de gestión de la calidad: el enfoque teórico y la aplicación empresarial*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=4909300>
&query=Los+sistemas+de+gesti%C3%B3n+de+la+calidad%3A+el+enfoque+te%C3%B3rico+y+la+aplicaci%C3%B3n+empresarial
- Vásquez, E. (2013). *Sistemas de gestión de calidad que implementan las micro y pequeñas empresas del Perú: caso de la empresa metal mecánica Mariátegui S.A.C. – Chimbote, 2013*. (Tesis pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

ANEXOS:

Anexo 1.

Cronograma de actividades

Actividades	25/09	02/10	16/10	23/10	30/10	06/11	13/11
2017- 2	01/10	08/10	22/10	29/10	05/11	12/11	19/11
Introducción del proyecto de investigación	X						
Título del Proyecto de investigación	X						
Planteamiento del problema de investigación	X						
Objetivos de la investigación		X					
Justificación de la investigación		X					
Antecedentes de la investigación			X				
Bases teóricas			X				
Hipótesis				X			
Metodología					X		
Referencias bibliográficas						X	
Anexos						X	
Envío de proyecto para revisión DTI							X

Anexo 2.

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE			
(ESTUDIANTE)			
Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Bienes de Consumo			
Papelería	1 millar	10.00	40.00
Lapiceros	1 unidades	2.00	2.00
Folder y faster	8 unidades	0.50	35.00
Gasto Total			77.00
Servicios			
Uso de turnitin	50.00	2	100.00
Pasajes	20	5.00	100.00
Impresiones	1000 unidades	0.20	200.00
Internet	-	40.00	40.00
Telefonía	-	30.00	30.00
Total de Servicios			370.00
Total General			547.00

PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE (UNIVERSIDAD)			
CATEGORÍA	BASE	% NÚMERO	TOTAL
Servicios			
Uso de internet (laboratorio de aprendizaje)	30.00	4	120. 00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70. 00
Soporte de informático	40.00	4	160. 00
Publicidad de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50. 00
Sub total			400. 00
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252. 00
Sub total			252.
Total de presupuesto no desembolsable			652. 00
TOTAL (S/)			1199.00

Financiamiento:

Los recursos serán autofinanciados por el Estudiante de la investigación.

Anexo 3

POBLACION Y MUESTRA

En esta parte se elige a la población y su muestra de manera específica, a quien se va dirigir el trabajo de investigación:

Población:

La cual está conformada por 10 Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro lavadero de autos en Nuevo. Chimbote en donde se aplicó la encuesta, se obtuvo la información y la verificación de los establecimientos elegidos.

Muestra:

Está conformada por 10 micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro lavadero de autos en Nuevo. Chimbote, en la cual arrojan resultados favorables obteniendo un 100% de colaboración de la población.

N°	Razón Social	Representantes	Dirección
01	Multi Servicios S V.L.	Jorge Luis Marín Díaz	Av. Anchoqueta Mz c – lt 2
02	Lubricantes VALEY	Susan Silva Rodríguez	Av. Agraria N4 - 13
03	Lubricantes y lavadero “ El campeón”	María Cotrina Valchez	Av. Agraria Mz N4 – 16 Bellamar II Etapa
04	La Estación Rasar EIRL. Servicios Generales	Ana Argume Altuna	Av. Anchoqueta Mz k lt 22 Nvo. Chimbote
05	Car Wash Lubricante H x H	Javier Pichilingue Natividad	Av. Agraria M7c. Lt 1
06	“Auto Spa la Zona” MJ Vásquez “Servicios Generales”	Ricardo Vásquez Campos	PSJ Los Portales s/n
07	UMI JIDOSHA S.R.L.	Jesús Gordillo Léctor	Urb. Casuarina II etapa Rz – 13
08	Pacifico Motors	Roberto Huaco Gonza	Av. Pacifico s/n puerto 275 t Salgar Romero Nvo. Chimbote
09	Brilla car	Robert Marreros Esquivel	Av. Anchoqueta s/n
10	Car Wash Service “Saeli” “Lavado de vehículos”	Jahidymar Salinas	Av. Pacifico N° s/n Urb. Buenos Aires

Anexo 4: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado Para obtener el título GESTION DE CALIDAD CON EL USO DE ATENCION AL CLIENTE Y PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO LAVADERO DE AUTOS, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2017 de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

4. Cargo 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

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTION DE CALIDAD

10. Conocimiento del termino Gestión de Calidad

- a) Si
- b) No

11. Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:

- a) Benchmarking
- b) red-corporativas
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) outsourcing
- f) otros

12. Dificultades para la implementación de gestión de calidad

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

13. Técnicas para medir el rendimiento 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 organización

- a) Si
- b) No

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. Conocimiento del termino atención al cliente

- a) Si
- b) No

17. Aplicación en gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No

19. La atención que brinda a los clientes es:

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

20. Motivo por el cual se está dando una mala atención al cliente

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

21. Técnicas modernas de atención al cliente aplica dentro de su microempresa.

- a) Si
- b) No

22. La empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes

- a) Si
- b) No

23. La atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado

- a) Si
- b) No

Anexo 5: HOJA DE TABULACION

N°	Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
1	Edad	a) 18 – 30 años	III	3	30.0%
		b) 31 – 50 años	IIII	6	60.0%
		c) 51 a más años	I	1	10.0%
		TOTAL	III-IIII-I	10	100.0%
2	Genero	a) Masculino	IIII	6	60.0%
		b) Femenino	III	4	40.0%
		TOTAL	IIII - III	10	100.0%
3	Grado de instrucción	a) Sin instrucción	-	0	0.0%
		b) Primaria	-	0	0.0%
		c) Secundaria	III	3	30.0%
		d) Superior no universitaria	-	0	0.0%
		e) Superior universitaria	IIII	7	70.0%
		TOTAL	III-IIII	10	100.0%
4	Cargo que desempeña	a) Dueño	III	4	40.0%
		b) Administrador	IIII	6	60.0%
		TOTAL	III - IIII	10	100.0%
5	Tiempo que desempeña en el cargo	a) 0 a 3 años	IIII	8	80.0%
		b) 4 a 6 años	II	2	20.0%
		c) 7 a más años	-	0	0.0%
		TOTAL	IIII - II	10	100.0%
6	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	a) 0 a 3 años	IIII	7	70.0%
		b) 4 a 6 años	I	1	10.0%
		c) 7 a más años	II	2	20.0%
		TOTAL	IIII-I-II	10	100.0%
7	Número de Trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores	IIII	8	100.0%
		b) 6 a 10 trabajadores	I	1	10.0%
		c) 11 a más Trabajadores.	I	1	10.0%
		TOTAL	IIII-I-I	10	100.0%
8	Las personas que trabajan en su empresa son:	a) Familiares	II	2	20.0%
		b) Personas no Familiares.	IIII	8	80.0%
		TOTAL	II - IIII	10	100.0%
9	Objetivo de creación	a) Generar ganancia	IIII	7	70.0%
		b) Subsistencia	III	3	30.0%
		TOTAL	IIII - I	10	100.0%

II. FERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

N°	Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
10	¿Conoce el termino Gestión de Calidad?	a) Si	IIIIIIII	8	80.0%
		b) No	II	2	20.0%
		TOTAL	IIIIIIII - II	10	100.0%
11	Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:	a) Benchmarking	-	0	0.0%
		b) red-corporativas	1	1	10.0%
		c) empowerment	II	2	20.0%
		d) las 5 c	-	0	0.0%
		e) outsourcing	-	0	0.0%
		f) otros	IIIIII	7	70.0%
		TOTAL	I - II- IIIIIII	10	100.0%
12	¿Qué dificultades para la implementación de gestión de calidad?	a) poca iniciativa	IIII	5	50.0%
		b) aprendizaje lento	II	2	20.0%
		c) no se adapta a los cambios	I	1	10.0%
		d) desconocimiento del puesto	I	1	10.0%
		e) otros	I	1	10.0%
		TOTAL	IIII - II - I - I - I	10	100.0%
13	Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:	a) la observación	IIIIIIII	8	80.0%
		b) la evaluación	II	2	20.0%
		c) escala de puntuaciones	-	0	0.0%
		d) evaluación de 360°	-	0	0.0%
		e) otros	-	0	0.0%
		TOTAL	IIIIIIII - II	10	100.0%
14	La gestión de la calidad contribuye a mejorar el	a) si	IIIIIIIIII	10	100.0%
		b) no	-	0	0.0%
		TOTAL	IIIIIIIIII	10	100.0%
15	La gestión de calidad ayuda a alcanzar los	a) si	IIIIIIIIII	10	100.0%
		b) no	-	0	0.0%
		TOTAL	IIIIIIIIII	10	100.0%

**2.2 REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCION AL
CLIENTE**

N°	Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
16	¿Conoce el término atención al cliente?	a) Si	IIIIIIII	10	100.0%
		b) No	-	0	0.0%
		TOTAL	IIIIIIII	10	100.0%
17	¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que	a) Si	IIIIIII	9	90.0%
		b) No	I	1	10.0%
		TOTAL	IIIIIII - I	10	100.0%
18	¿Cree que la atención al cliente es fundamental	a) Si	IIIIIIII	10	100.0%
		b) No	-	0	0.0%
		TOTAL	IIIIIIII	10	100.0%
19	¿La atención que brinda a los clientes es?	a) Buena	IIIIIII	9	90.0%
		b) Regular	I	1	10.0%
		c) Malo	-	0	0.0%
		TOTAL	IIIIIII-I	10	100.0%
20	¿Por qué considera usted que se está dando una mala atención al cliente?	a) No tiene suficiente	I	1	10.0%
		b) Por una mala organización	IIIII	6	60.0%
		c) Si brinda una buena atención al cliente	III	3	30.0%
		TOTAL	I-IIIII-III	10	100.0%
21	20. ¿Qué técnicas modernas de atención al cliente	a) Si	III	3	30.0%
		b) No	IIIIII	7	70.0%
		TOTAL	III-IIIIII	10	100.0%
22	¿Cree Ud. Que la empresa es eficiente cuando atiende y da	a) Si	IIIIIIII	10	100.0%
		b) No	-	0	0.0%
		TOTAL	IIIIIIII	10	100.0%
23	¿Cree Ud. Que la atención al cliente permite el posicionamiento	a) Si	IIIIIIII	10	100.0%
		b) No	-	0	0.0%
		TOTAL	IIIIIIII	10	100.0%

Anexo 6. Figuras

Tabla 1. Respecto a las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, Distrito de Nuevo Chimbote 2017.

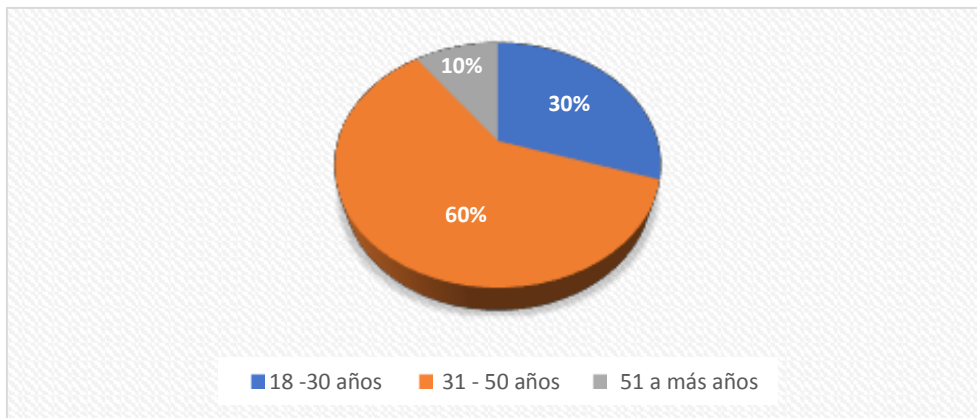


Figura 1. Edad

Fuente. Tabla 1

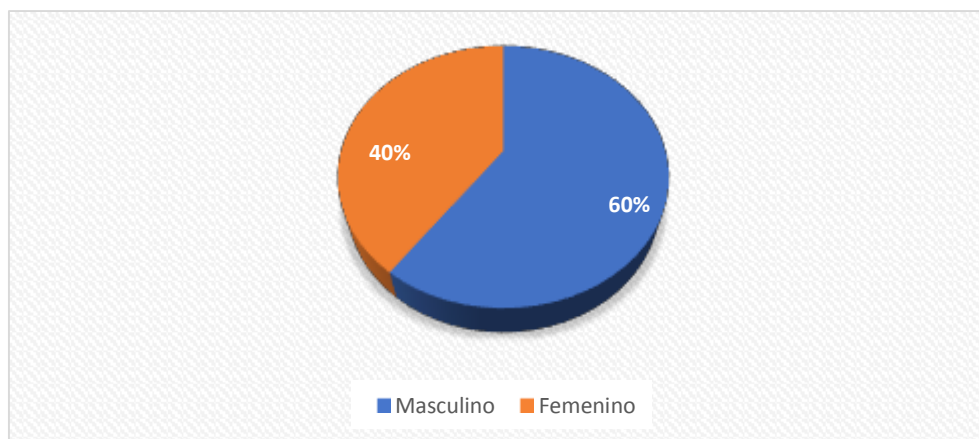


Figura 2. Género

Fuente. Tabla 1

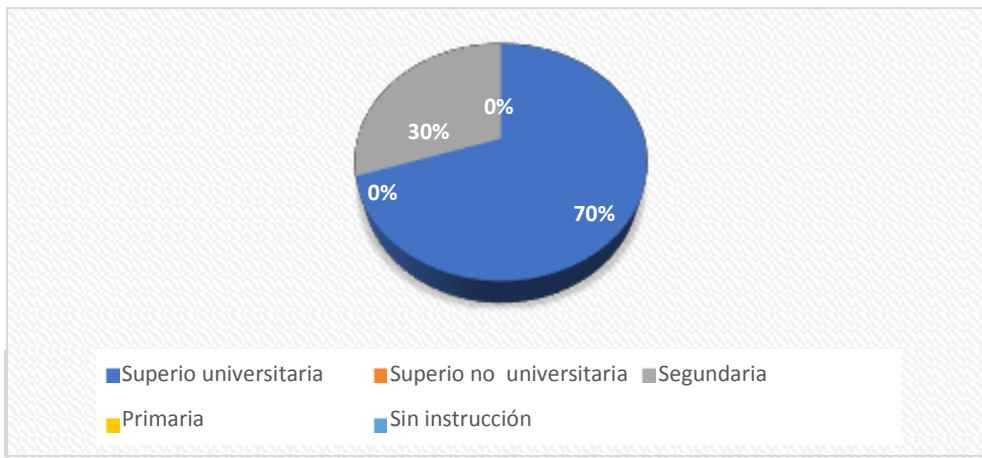


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

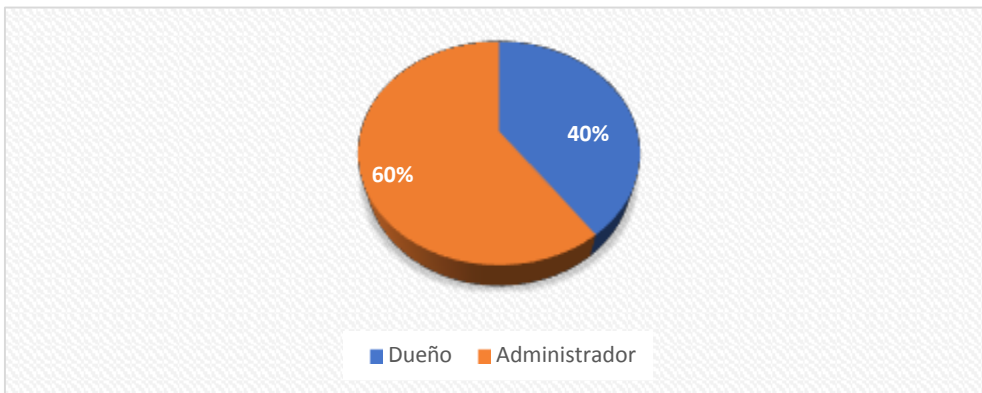


Figura 4. Cargo

Fuente. Tabla 1

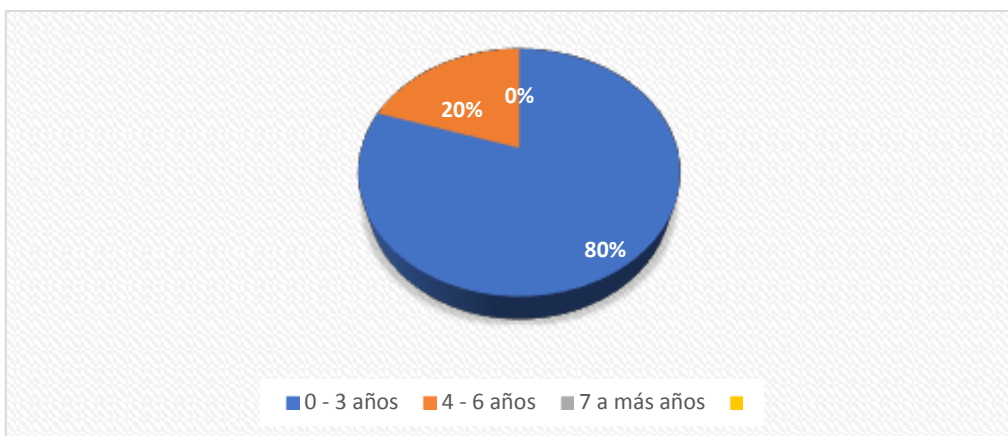


Figura 5. Tiempo en el cargo

Fuente. Tabla 01

Tabla 2. Respecto a las características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro lavadero de autos, Distrito de Nuevo Chimbote 2017.

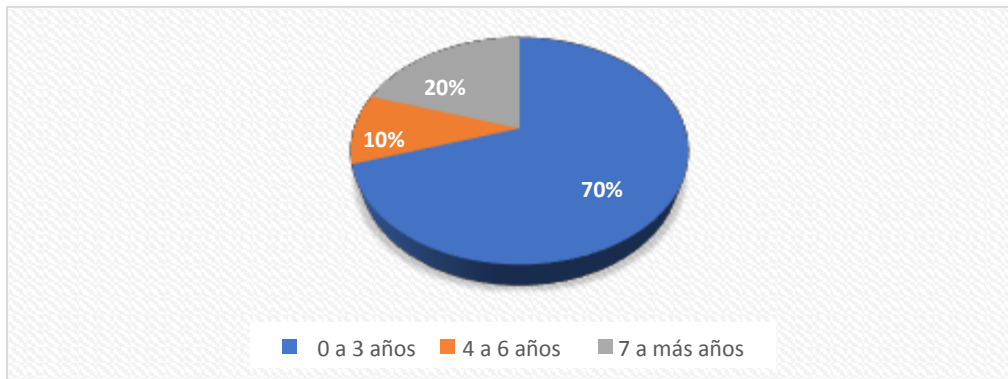


Figura 6. Tiempo de Permanencia
Fuente. Tabla 2

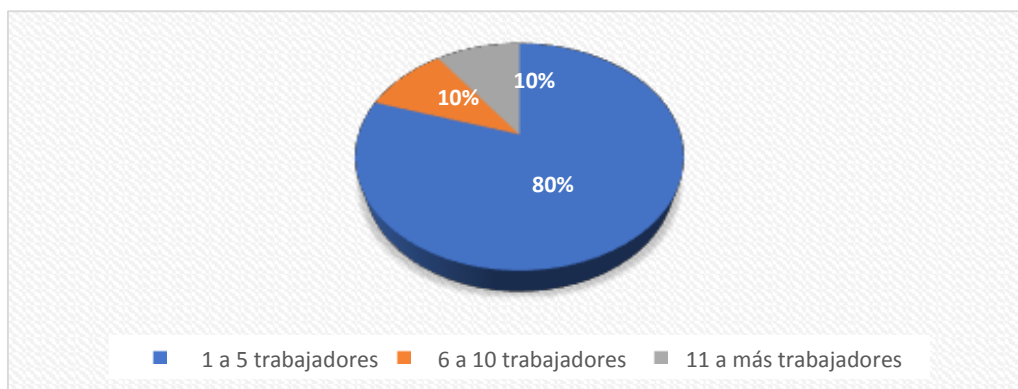


Figura 7. Trabajadores
Fuente. Tabla 2

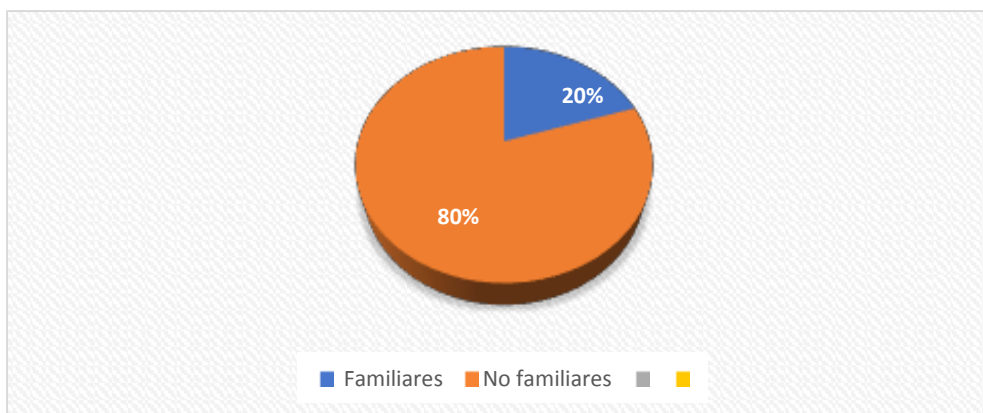


Figura 8. Personas que trabajan
Fuente. Tabla 2

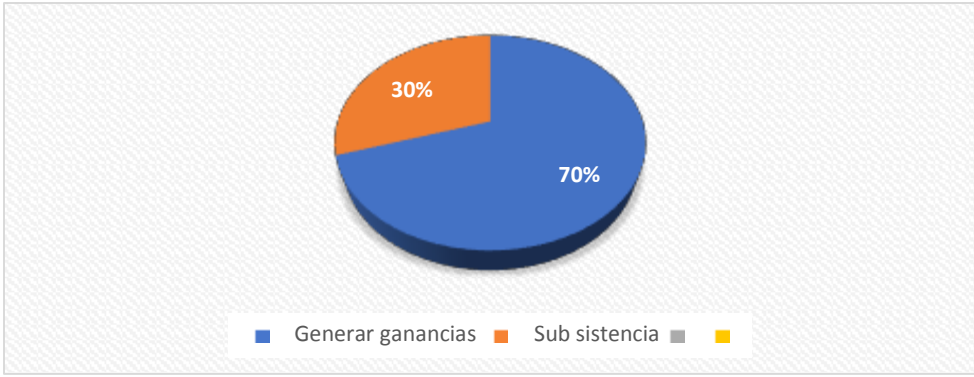


Figura 9. Objetivo de creación
 Fuente. Tabla 2

Tabla 3. Características de la Gestión de Calidad en las de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio- rubro lavadero de autos, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

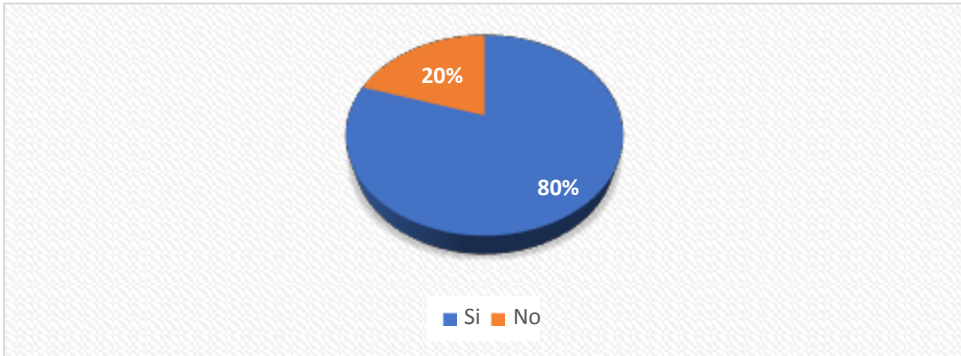


Figura 10. Gestión
 Fuente. Tabla 3

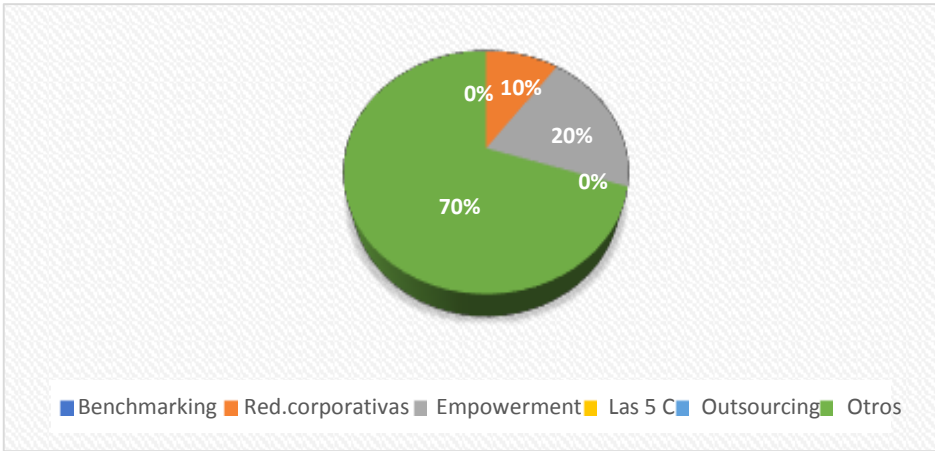


Figura 11. Técnicas de gestión
 Fuente. Tabla 3

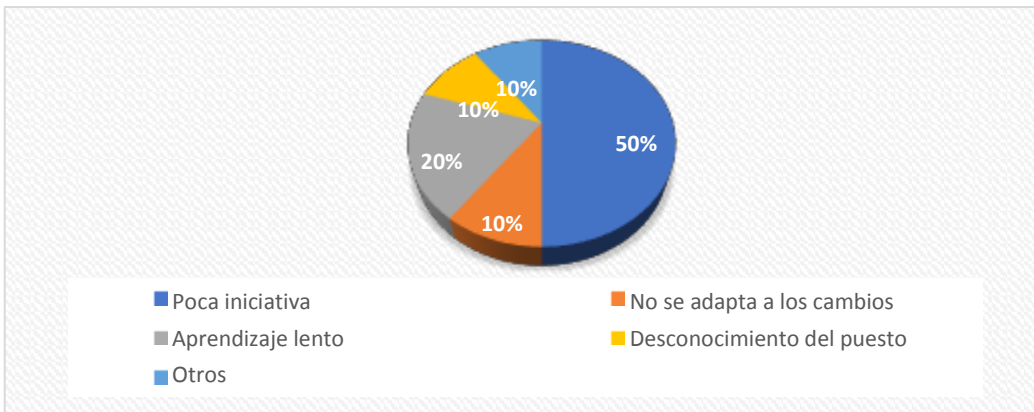


Figura 12. Dificultades
Fuente. Tabla 3

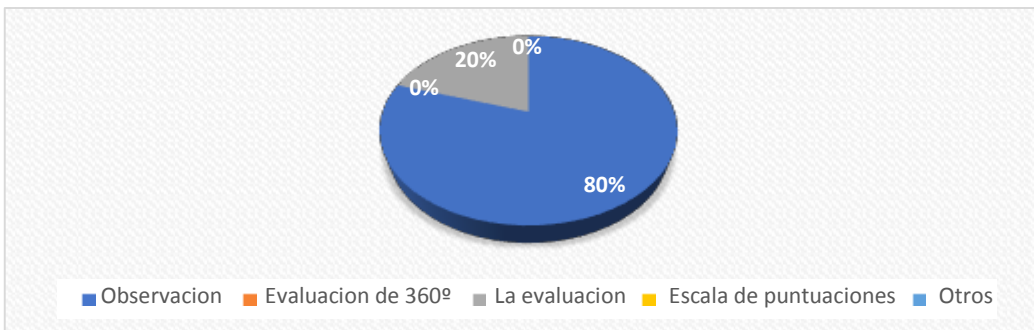


Figura 13. Medición
Fuente. Tabla 3

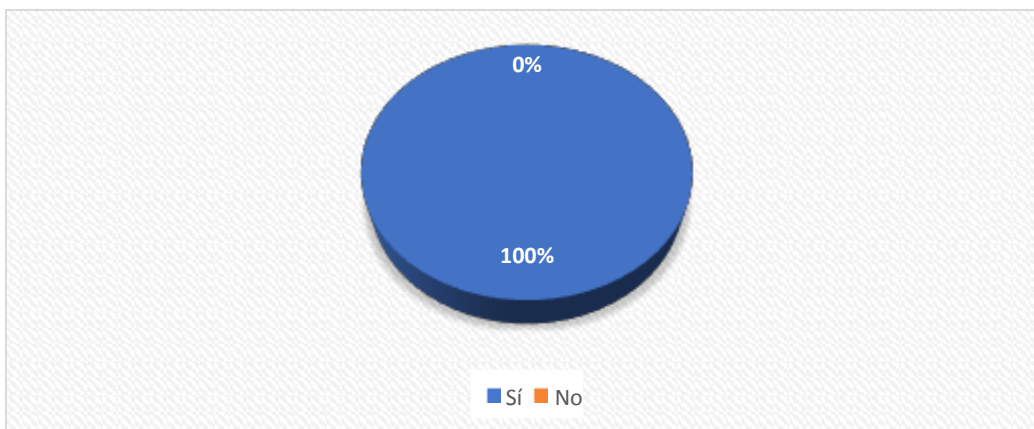


Figura 14. Gestión de rendimiento
Fuente. Tabla 3

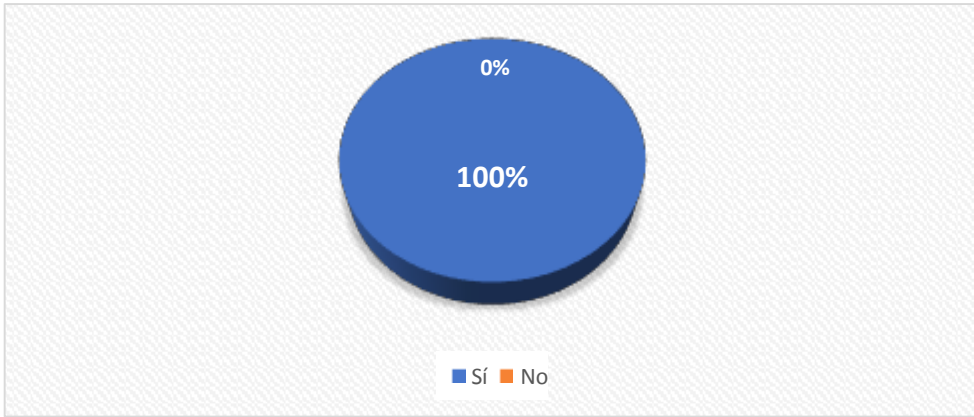


Figura 15. Alcanzan sus objetivos
Fuente. Tabla 3

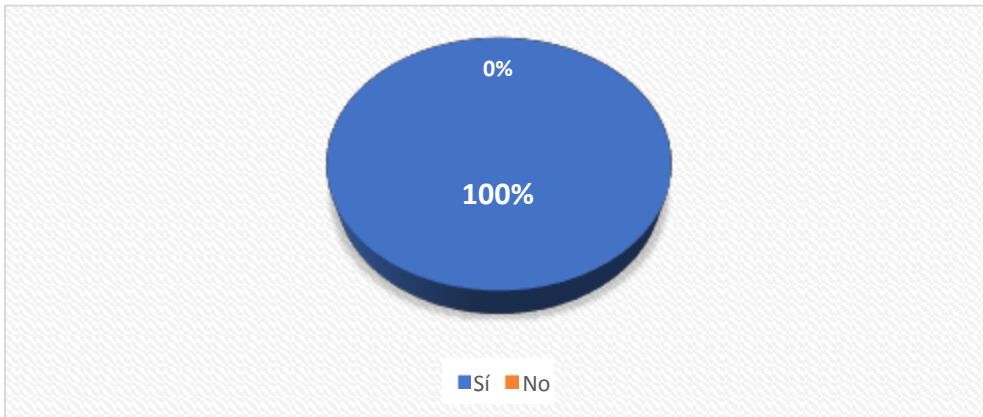


Figura 16. Conocimiento de gestión
Fuente. Tabla 3

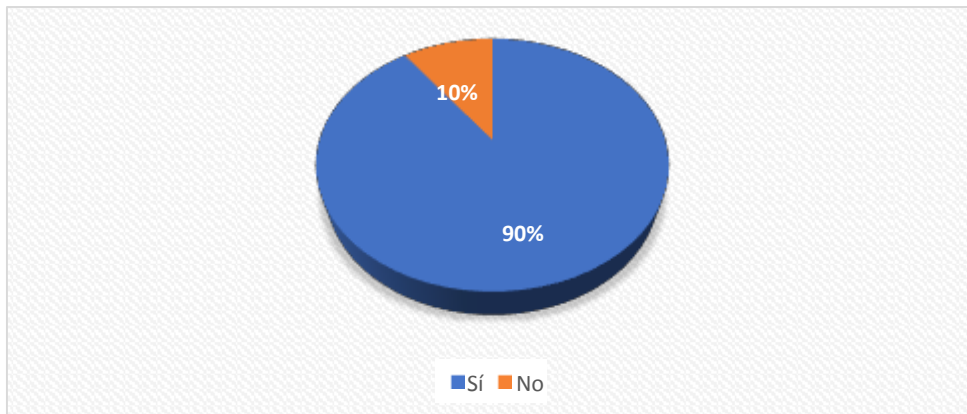


Figura 17. Aplica la gestión
Fuente. Tabla 3

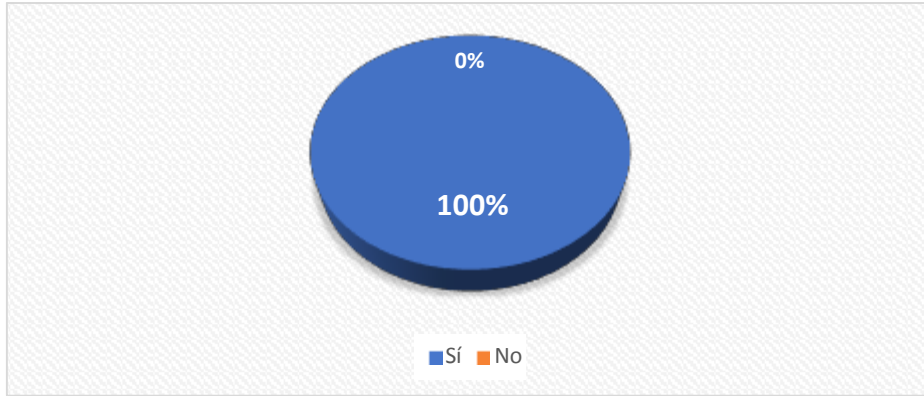


Figura 18. Atención al cliente es fundamental
 Fuente: tabla 03

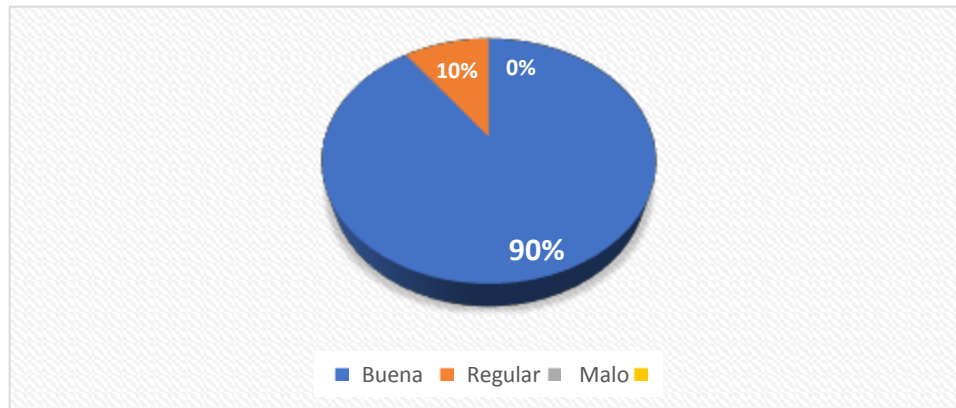


Figura 19. La Atención es
 Fuente: tabla 03

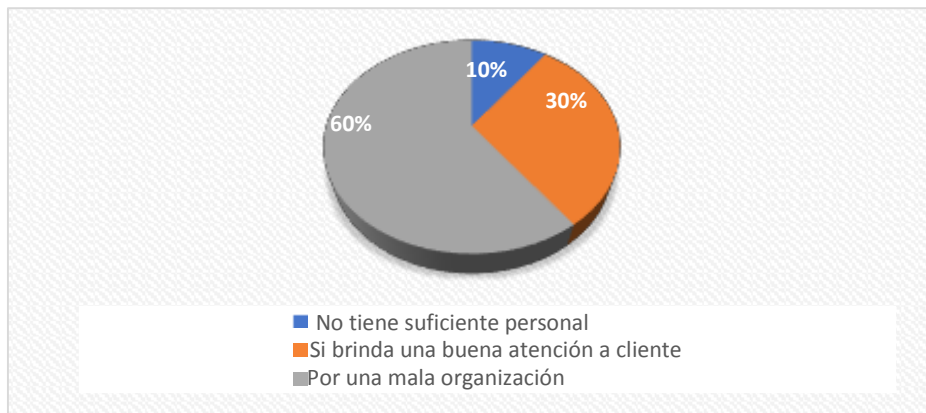


Figura 20. Porque considera una mala atención
 Fuente. Tabla 3

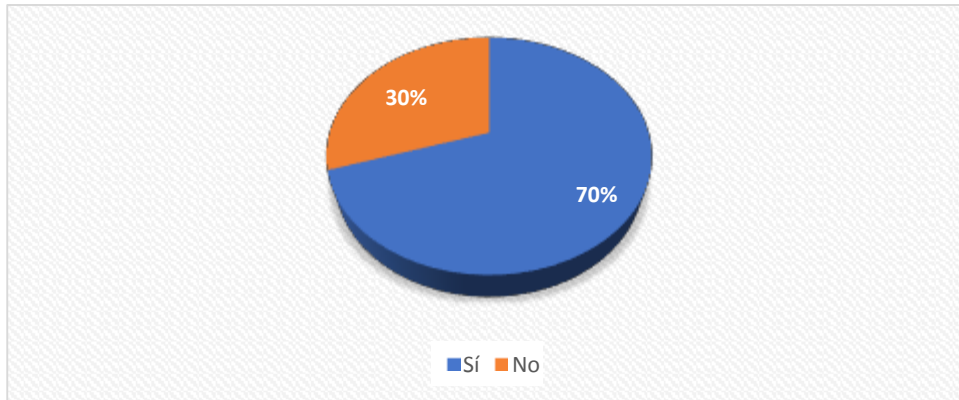


Figura 21. Usan técnicas modernas
Fuente. Tabla 3

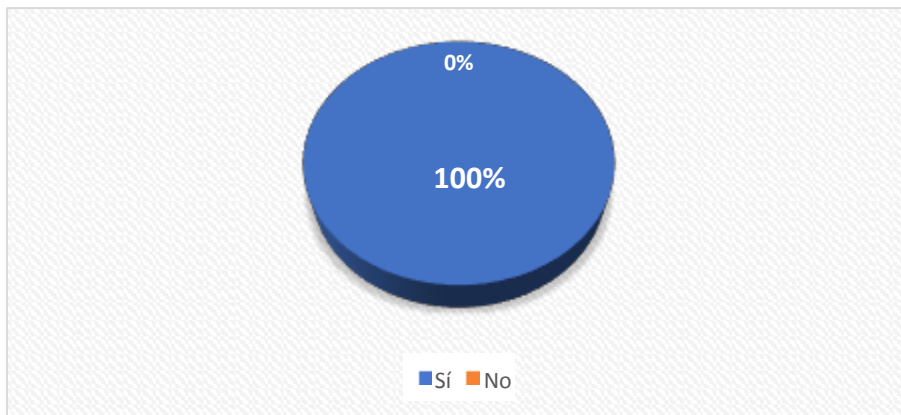


Figura 22. La empresa es eficiente
Fuente. Tabla 3

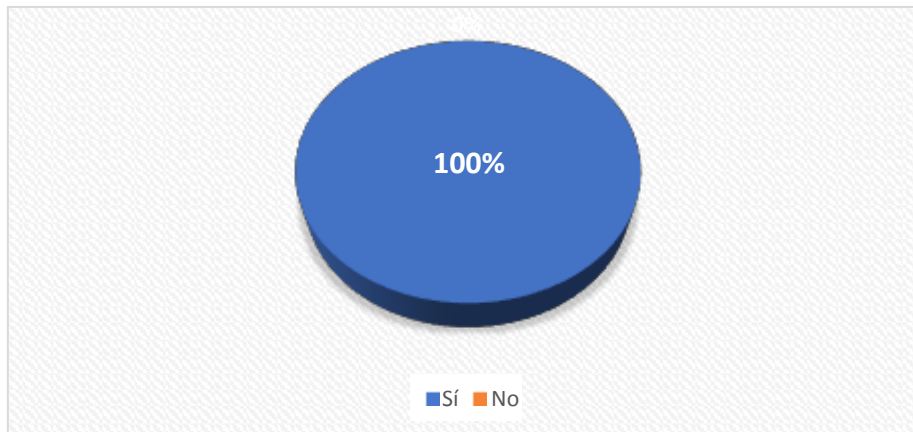


Figura 23. La atención permite el posicionamiento
Fuente. Tabla 3