



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA
GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO
ACTIVIDADES DE IMPRESIÓN, FOTOCOPIADO Y
DIGITALIZACIÓN DE DOCUMENTOS EN EL CASCO URBANO
DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE, 2019

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

AUTOR

Br. LECCA TORRES, BEATRIZ GIULIANA

ORCID 0000-0002-6806-724X

ASESOR

Dr. CENTURIÓN MEDINA, REINEIRO ZACARIAS

ORCID 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2019

HOJA DE EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Br. Lecca Torres, Beatriz Giuliana

Código ORCID: 0000-0002-6806-724X

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

ASESOR

Dr. Centurión Medina, Reineiro Zacarias

Código ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Código ORCID:0000-0002-5746-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Código ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

Código ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

HOJA DE JURADO EVALUADOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios por estar en todos los momentos de mi vida, por darme las fuerzas necesarias para seguir de pie y no darme por vencida.

A mi madre por su cariño, apoyo y comprensión.

A mi asesor de tesis el Dr. Reineiro Zacarias Centurión Medina por la asesoría y enseñanzas en el transcurso de mi trabajo de mi investigación.

DEDICATORIA

A Dios, por la vida, la salud porque es y ha sido mi socorro y mi fortaleza en los momentos más difíciles.

A mi Madre Felipa, por su cariño y apoyo emocional.

A mi hermano Oswaldo por su apoyo y motivación para seguir adelante.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019. La investigación fue: No experimental, transversal, descriptiva, se utilizó una población y muestra de 10 micro y pequeñas empresas a quienes se le aplicó un cuestionario estructurado de 17 preguntas a través de la técnica encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 60 % de los representantes tienen entre 31 a 50 años. El 70 % son de género femenino. El 50 % poseen un grado de instrucción secundario. El 50 % son representantes y el 50 % son administradores. El 90 % tienen de 1 a 5 trabajadores. El 100 % menciona que las personas que trabajan con ellos no son sus familiares. El 100 % menciona que el objetivo de creación fue para generar ganancias. El 80 % no conocen el término de gestión de calidad. El 70 % mencionan no conocer ninguna técnica de gestión de calidad. El 100 % menciona que la gestión de calidad sí contribuiría a mejorar el rendimiento de su negocio. El 70 % menciona que si conocen el término atención al cliente. El 60 % menciona que da una buena atención al cliente. El 100 % cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese a su establecimiento. El 100 % menciona que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado. Se concluye, que las micro y pequeñas empresas deben buscar nuevas estrategias y mejorar su gestión para alcanzar el éxito.

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

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine customer service as a relevant factor in quality management in micro and small companies in the service sector, printing, photocopying and digitalization of documents in the Urban Area of the city of Chimbote, 2019. The research was: Non-experimental, cross-sectional, descriptive, a population and sample of 10 micro and small companies were found to whom a structured questionnaire of 17 questions was applied through the technical survey, obtaining the following results: 60% of The representatives are between 31 and 50 years old. 70% are female. 50% of a secondary education degree. 50% are representatives and 50% are administrators. 90% have 1 to 5 workers. 100% mention that the people who are with them are not their relatives. 100% mention that the creation objective was to generate profits. 80% do not know the term quality management. 70% mention not knowing any quality management technique. 100% mention that quality management does contribute to improve the performance of their business. 70% mention that if they find the term customer service. 60% mention that it gives good customer service. 100% believe that customer service is essential for it to return to its establishment. 100% mention that customer service allows the positioning of your company in the market. It concludes, that micro and small businesses must seek new strategies and improve their management to achieve success.

Keywords: Customer Support, micro and small businesses, quality management.

CONTENIDO

Título de la Tesis	i
Equipo de trabajo	ii
Hoja de firma del jurado y asesor	iii
Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria (opcional)	iv
Resumen y abstract	vi
Contenido	viii
Índice de gráficos, tablas y cuadros	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	9
III. Hipótesis	32
IV. Metodología	31
4.1. Diseño de la investigación	31
4.2. Población y muestra	31
4.3. Definición y operacionalización de variables y indicadores	31
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	32
4.5. Plan de análisis	32
4.6. Matriz de consistencia	33
4.7. Principios éticos	36
V. Resultados	31
5.1. Resultados	37
5.2. Análisis de resultados	49
VI. Conclusiones	56
Referencias	58
Anexos	62

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1. Características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio-rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano, de la Ciudad de Chimbote, 2019 36
- Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019 37
- 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 actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la Ciudad de Chimbote 2019 37
- Tabla 4. Plan de mejora de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en la ciudad de Chimbote, 2019..... 38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad del representante.....	68
Figura 2. Género del representante	69
Figura 3. Grado de Instrucción	69
Figura 4. Cargo que se desempeña	70
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	70
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	71
Figura 7. Número de permanencia en el rubro	71
Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son	72
Figura 9. Objetivo de creacion.....	72
Figura 10. Conoce el término de gestión de calidad.....	73
Figura 11. Que técnicas de gestión de calidad conoce.....	73
Figura 12. Cree. Ud. Que la Gestión de calidad, contribuiría a mejorar el rendimiento	74
Figura 13. Conoce el término atención al cliente	74
Figura 14. Cree Ud. Que la atención al cliente es fundamental para que este regrese	75
Figura 15. La atención que brinda a sus clientes es.....	75
Figura 16. Cree Ud. Que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los problemas.....	76
Figura 17. Cree Ud. Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa.....	76

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, ante la situación de generar empleos surgen con más fuerza las micro y pequeñas empresas, lo cual tienen gran relevancia en la economía de cada país, sin embargo estas tienen dificultades de crecimiento por mencionar unos de sus problemas la falta de brindar una adecuada atención al cliente, lo cual se da en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos. La importancia de que la gestión de calidad exista en las micro y pequeñas empresas radica en que todo emprendedor debe realizar una gestión eficiente y eficaz en su negocio además alcanzar la calidad depende del representante y sus trabajadores, ofrecer un servicio de calidad que marque la diferencia entre los demás competidores, los empresarios tienen que adaptarse a los nuevos cambios y romper paradigmas para seguir compitiendo en el mercado tan amplio que existe hoy en día, utilizando como una de las herramientas para mejorar la atención al cliente. A diario a muchos empresarios sus clientes los abandonan debido a una mala atención como por ejemplo una de las tantas frases de un cliente insatisfecho es “La persona que atiende es muy seria, parece que está molesta, contesta mal”, pierden la preocupación de brindar un mejor servicio a sus clientes como consecuencia bajan sus ventas, bajan sus ganancias van perdiendo fuerzas frente a sus competidores.

En América Latina, el Caribe y la Unión Europea las pymes son agentes económicos que están llamados a jugar un papel renovado muy importante en la dinamización de ambas regiones que se encuentran estrechamente vinculados desde el punto de vista económico, sobre todo a través del comercio y las inversiones directas, así como el nutrido intercambio histórico de personas e ideas. Hoy el crecimiento de América Latina y el Caribe pueden ser un aporte para la mitigación de los efectos de la crisis en Europa. La internacionalización de las pymes, además de contribuir a la generación de empleo y al incremento de los ingresos, brinda la posibilidad de agregar valor en origen e introducir mejoras en la producción que aumenten la participación de este tipo de agentes en los mercados, promoviendo un mayor dinamismo empresarial (UN. CEPAL, 2013).

Las micro y pequeñas empresas sin duda son esenciales para cada país pues aportan al PBI y ofrecen oportunidades de trabajo por ello cabe mencionar que su permanencia como base depende de la calidad de servicio o producto que ofrecen, si una MYPE que recién se incorpora empieza a seguir parámetros de calidad, obtiene como resultados buena acogida por sus clientes, sus

ganancias, sus ventas son muy notorias entonces la posibilidad de internacionalizarse es alta, es importante tener una visión en el futuro de internacionalizarse para así lograr posicionamiento en el mercado, desarrollo del país y alcanzar su desarrollo personal.

Es evidente en nuestro país que muchas de las micro y pequeñas empresas no sobreviven, teniendo en cuenta como una de ellas la falta de implementación de gestión de calidad en atención al cliente.

Pero este problema no solamente sucede a nivel nacional si no internacionalmente, por mencionar, en España, la calidad de las nuevas empresas españolas; si se tienen en cuenta las razones por las que las personas han decidido iniciar un proyecto de negocio, más del 65 % de la tasa de actividad emprendedora de 2014 corresponde a emprendedores por oportunidad, mientras que casi el 35 % a emprendedores por necesidad. El perfil de los nuevos negocios creados en España corresponde al de una empresa de pequeño tamaño (1-3 empleados) que presta servicios principalmente a consumidores locales y carece de una aspiración firme para crecer. Siete de cada diez no tienen ninguna orientación innovadora, y siete de cada diez manifiestan no tener vocación internacional durante sus primeros 3- 4 años de existencia. Todas ellas no son características que impulsan la competitividad en el país (Nueva Empresa, 2015). En Grecia, superar la crisis, renacer de las tormentas, aprender de los errores, son conceptos recurrentes en el universo emprendedor. Detectar las oportunidades en momentos difíciles es hasta una condición que define al ser emprendedor, ya que los obstáculos y los posibles errores son inexorables a un con planificación y planes de negocio perfectos. Grecia es hoy el ejemplo más emblemático de un país que intenta salir de una de las peores crisis económicas de su historia y que está afectando directamente a un ecosistema de emprendimientos y startups sobresalientes en el viejo continente. Muchos están detectando nuevos nichos de negocio y muchos buscan la forma de salir a flote. Ese es el objetivo de las startups y de los emprendimientos del país helénico. Intentan sobrevivir. Desde la Asociación Helenica de Startups, su miembro y fundador vicepresidente, Panos Zamanis, destaca que la recesión tuvo el esperado efecto negativo en las empresas pero fue una enorme oportunidad para las startups. Existen nuevos emprendedores griegos enfocados en crear productos y servicios competitivos que pueden venderse en el mundo (Ytuarte, 2015).

En Colombia, las pymes en Colombia aportan cerca del 38 % del PBI total, una cifra considerablemente baja teniendo en cuenta que en algunas economías desarrolladas estas pueden participar hasta en el 50 % o 60 % de la producción nacional. En cuanto a los resultados de las

empresas evaluadas, la tendencia similar para todo el territorio, es decir no hay diferencias regionales que condicionen las conclusiones. Aunque en el país se observa un gran ambiente y actitud empresarial (cuarto puesto a nivel mundial en actitud positiva hacia el emprendimiento según la Universidad de Múnich), solamente el 50 % de las mipymes Colombianas sobreviven el primer año y solo el 20 % al tercero. Si hay algo en lo que están fallando es en la poca importancia que le dan a la innovación y al conocimiento, los cuales deberían ser el centro y el corazón que hacen mover los otros ítems de importancia en las organizaciones. (Pérez & del Pilar, 2015)

En Costa Rica, las micro, pequeñas y medianas empresas en Costa Rica constituyen un motor para la economía nacional y representan el 98 % del parque empresarial total. Pero como no todo es color de rosa tienen que echarle un vistazo a los principales desafíos que se enfrentan en la actualidad para que así se preparen a superarlo de manera positiva. Los principales desafíos que vivencian en la actualidad la mayoría de las empresas: competencia en un mercado cada vez más amplio: Las pymes deben especializar su actividad productiva para que brinde un valor único, la excelencia en el servicio al cliente, el tiempo de respuesta y el descuento o promoción, para un consumidor cada vez más inteligente no son una elección, son obligación de quien oferta. Por eso partiendo del hecho que estas premisas están cumplidas, las pymes deben diversificar y crear una experiencia para su cliente. Innovar: Actualmente el empresario debe innovar en todas las formas definidas desde su aplicación de un modelo de negocio, la creación de nuevos productos o servicios, la manera de interpretar el mercado, la estrategia y forma de mercadearse y vender, además de la creación de una cultura de innovación en la empresa, es decir, desde el director hasta el último empleado. Sean pocos o muchos colaboradores, tienen que saber el objetivo que se desea conseguir generando nuevas ideas. Industrialización: El sector pyme en los últimos años a un ritmo más acelerado del usual, los indicadores actuales son discretos. Con la apertura de las fronteras, la robotización y la globalización, la manufactura y la mano de obra es más barata, lo cual refleja un desafío para los pequeños empresarios porque deben competir con un sistema industrial cada vez más fortalecido, en una economía de mucha oferta y menor demanda (Rivas, 2016).

Ecuador, cifras brindadas por la ministra de industrias, Eva García, dan cuenta del papel protagónico que tienen las micro, pequeña y mediana empresa (mipymes) dentro de la economía ecuatoriana. El 95 % del tejido empresarial son mipymes; de ellas el 90 % son micro, 8,6 % son pequeñas, 1,4 % son medianas. La mayor parte actúa en el sector comercial con el 54 % en manufactura están 36,4 % y en servicios 9,5 %. Así mismo el diagnóstico del Ministerio de

Industrias y productividad (MIPRO) detecto problemas en acceso a mercados, gestión empresarial, innovación, calidad y asociatividad. A todo ello como solución se suma la instalación de centros de desarrollo empresarial (CDEC) que no solo asesoramiento técnico, también acompañaran a los empresarios (Egas, 2017)

En México, las cifras difundidas por el centro para el desarrollo de la competitividad empresarial (CETRO-CRECE), solo el 10 % de las pymes mexicanas llegan a los diez años de vida y logran el éxito esperado, mientras que el 75% de las nuevas empresas del país fracasan y deben cerrar sus negocios solo dos años después de haber iniciado sus actividades, estas estadísticas resultan alarmante para el sector, no solo para las actuales pymes que se desenvuelven en el territorio Mexicano sino también para aquellos emprendimientos que se encuentran en plena fase de desarrollo, camino a convertirse en una pequeña o mediana empresa. Si bien los empresarios que han debido enfrentar crisis y posteriormente observar como sus empresas colapsaban definitivamente, depositan la culpa de sus fracasos al escaso apoyo gubernamental que existe en la actualidad en México dentro del ámbito pyme, lo cierto es que los especialistas aseguran que una de las causas principales del quiebre de empresas está relacionado a un factor interno en la organización, ya que se debe principalmente a una mala gestión estratégica y administrativa. Puntualmente, según diversas consultorías del país, se han demostrado que el 50% de las empresas quiebran durante el primer año de actividad a causa de una mala gestión. Así mismo el 90% fracasan antes de llegar a los cinco años de vida por la misma causa (Marker, 2013).

En el Perú, Solo el 1% del total de empresas formales en el Perú cuentan con sistemas de gestión de calidad, lo cual revela que existe un gran trabajo para convencer a las restantes de que caminen por el sendero de la competitividad. (INACAL, 2016).

En la región Ancash, existen muchas micro y pequeñas empresas dirigidas por emprendedores, estos negocios operan con menor cantidad de trabajadores e ingresos, pero su presencia es cada vez más notorio, pero tienen también algo de malo como todo rubro empresarial afrontan una serie de barreras y obstáculos.

En Chimbote, donde se desarrolló la investigación existen micro y pequeñas empresas dedicadas a las actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos, pero se desconoce las características de gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas.

La falta de planeamiento de sus objetivos y metas hacen falta estas micro y pequeñas empresas se deben enfocar en una adecuada atención al cliente para satisfacer y complacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Por lo expresado el enunciado del problema es ¿Cuáles son las principales características de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019?

Por medio de esta investigación se pretende emplear la gestión de calidad, teniendo como herramienta la atención al cliente para la solución de problemas, siendo el objetivo principal: Determinar las principales características de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la Ciudad de Chimbote, 2019. Para poder lograr el objetivo general, se ha considerado los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019. Determinar las principales características en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019. Elaborar un plan 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 actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019.

Esta investigación se justifica porque permitió obtener información necesaria sobre como las MyPE del sector servicio rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos, están gestionando sus negocios. Al mismo tiempo se pretende brindar información en los emprendedores sobre la gestión de calidad y atención al cliente, de manera que se puedan identificar las características para mejorar la calidad de servicio y lograr la satisfacción de los

clientes futuros. También se justifica porque sirve como material de apoyo para futuras investigaciones.

En el presente estudio el diseño de investigación fue; no experimental, transversal y descriptiva, se utilizó una población y muestra de 10 micro y pequeñas empresas, a quien se le aplicó una encuesta y un cuestionario estructurado de 17 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: El 60 % de los representantes tienen entre 31 a 50 años. El 70 % son de género femenino. El 50 % poseen un grado de instrucción secundario. El 50 % son representantes y el 50 % son administradores. El 90 % tienen de 1 a 5 trabajadores. El 100 % menciona que las personas que trabajan con ellos no son sus familiares. El 100 % menciona que el objetivo de creación fue para generar ganancias. El 80 % no conocen el termino de gestión de calidad. El 70 % mencionan no conocer ninguna técnica de gestión de calidad. El 100 % menciona que la gestión de calidad si contribuiría a mejorar el rendimiento de su negocio. El 70 % menciona que si conocen el termino atención al cliente. El 60 % menciona que da una buena atención al cliente. El 100 % cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese a su establecimiento. El 100 % menciona que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado, los cuales se presentan en tablas y figuras, los cuales se encuentran en la pág. 35. Además se concluye que las micro y pequeñas empresas deben buscar nuevas estrategias y mejorar su gestión para alcanzar el éxito.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Vasallo (2017) en su tesis, *Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. Tiene por objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de la calidad en la atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. En sus resultados obtenidos indica que: El 69% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años, El 62% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de sexo masculino, El 54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción superior no universitaria, El 77% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños, El 69% de los representantes de las micro y pequeñas empresas vienen desempeñando en el cargo de 7 años a más, 85 % de las micro y pequeñas empresas tiene de 7 años a más de permanencia en el rubro, El 69 % de las micro y pequeñas empresas tiene de 1 a 5 trabajadores, El 62 % de las micro y pequeñas empresas las personas que trabajan son familiares y el 38% son personas no familiares, El 100% de las microempresas encuestadas respondieron su objetivo de creación es generar ganancia, El 92 % de las personas encuestados respondieron que sí conoce el termino de gestión de calidad, El 100 % de los encuestados respondieron que una de las técnicas que conocen es de atención al cliente, El 61.5% de las personas encuestados respondieron que tiene un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad, 92% de las personas encuestadas dijeron que si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio, El 85 % de los encuestados respondieron que Sí ayuda la gestión de calidad a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa, El 100% de las personas encuestados de las micro y pequeñas empresas dijeron que sí conocen el termino de atención al cliente, El 100% de los encuestados dijeron si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, El 54% de los encuestados la atención que brindan es buena, El 62% de los encuestados opinan que la mala atención que se está dando a los clientes es por una mala organización de los trabajadores, El 100 % de los encuestados dijeron sí es eficiente su empresa cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes, El 100 % de los encuestados cree que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado. Como conclusión menciona que: La mayoría de los

representantes de las micro y pequeñas, están siendo dirigidas por personas de 31 a 50 años, son del género masculino, con grado de instrucción superior universitaria, son dueños y desempeñan en el cargo de 7 años más, el tiempo de permanencia en el rubro tienen de 7 años a más, tienen de 1 a 5 trabajadores, y las personas que trabajan son familiares y su objetivo de creación es generar ganancia, si conocen el término gestión de calidad, además respondieron que conocen la herramienta atención al cliente de gestión de calidad, tiene un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad, aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal, y Si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio y también ayuda a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa, que sí es fundamental la atención al cliente para que regrese al establecimiento el cliente.

Ocaña (2017). en su tesis, *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, año 2016*. Tiene por Objetivo General: Describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, 2016. En sus resultados obtenidos indica que: El 57.1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen edad promedio entre 30 a 50 años, el 78.6% es de género femenino, 42.9% son técnicos, el 42.9% tiene entre 1 a 5 años en el mercado, el 92.9% son formales, el 92.9% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 45.7% tienen como objetivo generar ganancia, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio conocen técnicas de gestión en atención al cliente, el 64.3% de los representantes utiliza la técnica del Benchmarking para asegurar que la gestión de calidad está enfocada al cliente y el otro 35.7% aplican otras técnicas de gestión, 64.3 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas integra algunas veces a los trabajadores al momento de dar indicaciones para la mejora continua del servicio, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas considera que su personal es apto para estar en contacto con los clientes. Como conclusión menciona que: Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen edad promedio entre 30 y 50 años son de género femenino y tienen grado de instrucción técnico, tiene de 1 a 5 años en el mercado, son formales, cuentan con 1 a 5 trabajadores y su objetivo es generar ganancia y se valen de la técnica del benchmarking para asegurar que la gestión de calidad está enfocada completamente al cliente.

Antúnez (2017) en su tesis *Gestión de Calidad en la Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey 2016*. Tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey 2016. En sus resultados obtenidos indica que el 72,7% de los representantes tienen una edad entre 21 a 50 años de edad. El 63,6% de los representantes son de género masculino. El 45,5% de los representantes tienen un grado de instrucción superior. El 63,6% de las Mype tienen de 1 a 5 trabajadores. El 68,2% de las Mype tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro. El 59,1% si están aplicando una gestión de calidad. El 40,9% usan la mejora continua como técnica de gestión en su negocio. El 50% de las Mype señalan que se adecuan a los factores externos cambiantes como la innovación del producto. Como conclusión menciona que: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior, la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey su tiempo de permanencia en el rubro es de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría los representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mype tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

Vásquez (2017) en su tesis, *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, Chimbote, 2016*. Planteo el objetivo General: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollería, del distrito de Chimbote, 2016. Llego a los siguientes resultados: El 75,0% de sus representantes tienen de 31-50 años de edad, El 66,7% son de género masculino, El 75,5% tienen superior universitaria, El 50,0% tienen de 7 a

más años en el rubro, El 83,3% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, El 58,3% si están aplicando una gestión de calidad, El 75,0% considera más importante la amabilidad para la atención al cliente, El 75,0% manifiestan que una atención de calidad contribuye al aumento de ventas, El 66,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas, señala que pocas veces atienden y dan solución a los reclamos de los clientes. Del estudio realizado se concluye que: La mayoría de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, la mayoría son de género masculino y así mismo la mayoría tienen grado de instrucción superior universitaria, tienen una permanencia en el rubro de 7 a más años, la totalidad de las micro y pequeñas empresas son formales y en su mayoría cuentan entre 1 a 5 trabajadores, la mayoría considera que lo más importante para la atención al cliente es la amabilidad, así mismo la mayoría señala que brindar una atención de calidad contribuye al aumento de ventas y finalmente la mayoría indica que pocas veces atienden y dan solución a los reclamos de los clientes.

Ríos (2015) en su tesis, *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de huanchaco año 2014*. Planteó el objetivo General de Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios. Llegó a los siguientes resultados: El 65% de representantes son de sexo masculino, El 35% de los representantes legales de las MYPES encuestadas su edad fluctúa entre 35 a 44. El 60% los representantes legales de las MYPES encuestadas predomina la instrucción superior universitaria completa, El 50% el tiempo en años predomina de 5-7 años, El 90% de las MYPES son formales. El 95% de número de trabajadores permanentes representa la MYPE. El 45% la finalidad por la que se formó la MYPE fue para generar ingresos para solventar los gastos familiares. El 50%. Los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención. El 85% creen que la gestión de calidad es importante para la empresa. El 75% respondieron que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad. El 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado. El 85% de los representantes legales de las MYPES encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad. El 60% de los representantes legales de las MYPES encuestadas, respondieron que su capital social asciende de 11000 a 15000. Concluye que: Los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65%

de los gerentes encuestados son de sexo masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cual se representa en un 60%. El tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las MYPE son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. Del estudio realizado se concluye que el 50% d los representantes legales o gerentes de las MYPE en el distrito de Huanchaco, afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención.

Baca (2014) en su tesis titulada, *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014*. Tiene por objetivo general: Determinar las principales características de gestión de calidad en el Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. En sus resultados obtenidos indica que: El 50 % de sus representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 18 a 30 años de edad, el 50 % son de género masculino y el otro 50 % son de género femenino, el 37, 5 % tienen una instrucción de superior no universitaria, el 25 % superior universitaria, 25% educación primaria y por último el 12.5 % educación primaria, el 75 % son dueños de sus negocios, el 37. 5 % tienen de 0 – 3 años, el 37.5 % de 7 años a más y el 25 % de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, el 62,5 % tienen de 1 a 3 trabajadores, el 100 % menciona que su objetivo principal es maximizar ganancias, el 100 % no tiene conocimiento sobre el tema de gestión de calidad, el 75 % conoce y aplica el liderazgo como técnica moderna de gestión, el 100 % aplica un liderazgo democrático, el 100 % sigue un plan de negocios estratégicos, el 100 % percibe que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr objetivos, el 100 % menciona que los resultados que ha logrado con la gestión de calidad son oferta productos de mayor y mejor calidad. Como conclusión menciona que: La mayoría de sus representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 18 a 30 años, respecto a su género son masculino y femenino por los porcentajes 50% y 50%, tienen instrucción superior no universitaria, el son dueños de su negocio, no tienen mucho tiempo en el rubro, tienen entre 1 a 3 trabajadores, tienen como objetivo maximizar ganancias, desconocen el termino de gestión de calidad, perciben que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos, no siguen un plan de negocios estratégico.

2.2. Bases Teóricas de la Investigación

Las micro y pequeñas empresas:

Esta ley nos define el concepto de micro y pequeñas empresas, por lo que se puede decir que todas ellas son dirigidas en su mayoría por personas emprendedoras que tienen por objetivo generar ganancias y actualmente las micro y pequeñas empresas juegan un papel preminente en cada país.

Según lo manifiesta la ley 28015 (2003) la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Las micro y pequeñas empresas generan intereses sociales e individuales por lo que ofrecen puestos de trabajos, ofrecen servicios o productos.

Características de las Micro y pequeñas empresas:

Cada organismo y/o micro y pequeñas empresas tienen diferentes características, una de ellas el rango de unidad de impositiva tributaria que le corresponde aportar.

Según lo manifiesta la ley 30056 (2013) en el Artículo 5.- Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- **Microempresa:** Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.
- **Pequeña empresa:** Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.
- **Mediana empresa:** Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo 2300 UIT.

La existencia de las micro y pequeñas empresas son esenciales para el avance y desarrollo de cada país en especial el de nuestro, su arduo trabajo, eficiencia, perseverancia de estos empresarios hace que se logre día a día, año tras año un país con nuevas oportunidades son muchos los empresarios que empezaron desde cero anhelando sus sueños y alcanzaron el éxito.

Importancia de las Micro y pequeñas empresas:

En nuestra economía la presencia de las micro y pequeñas empresas es de suma importancia como también su mortalidad debe evitarse debido a que sus existencias ofrecen oportunidades a muchas personas.

Según lo menciona Vásquez (2013) las MyPE representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las micro empresas representan el 95,9 % del total de establecimiento nacionales, porcentaje este que se incrementa hasta el 97,9 % si se añaden las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo, las MyPE brindan empleo a más del 80 % de la población activamente (PEA) y generan cerca del 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen pues el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

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

Como se menciona las micro y pequeñas empresas representan un elemento determinante en la actividad económica pues generan fuentes de trabajo, sin embargo a pesar de ser tan importante el gobierno no se centra en apoyarlas como brindarles oportunidades de crecimiento y desarrollo pues carecen de capacitación y buena gestión en sus negocios.

Calidad:

Cuando hablamos de calidad, nos referimos a un término fino, delicado, buena presentación lo que se debe de ofrecer en una entidad y/o organización, la forma en que entregamos un producto o servicio debe ser fundamental.

Para Arturo (2011), nos dice: Calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos, y preferencias y de cumplir con expectativas en el consumidor.

Por lo mencionado la calidad se podría referir a un producto o servicio técnicamente casi perfecto lo cual todo cliente siempre prefiere comprar o adquirir un producto o servicio que satisfaga sus necesidades o cumpla con sus expectativas en ocasiones el precio importa, pero en ocasiones no, el cliente paga lo que es necesario cuando se siente complacido por el producto o servicio adquirido.

Características de un servicio de calidad

Según Anierte (2013), algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son los siguientes:

- Deben cumplir sus objetivos
- Debe servir para lo que se diseño
- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados

Gestión:

Según, Riquelme (2017) se entiende por gestión, el conjunto de acciones que una organización lleva a cabo con la misión de administrar un negocio o solucionar un asunto.

Gestión de Calidad:

Según Perez & Gardey (2014) denomina la gestión de calidad como un mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El Objetivo es orientar la información, la

maquinaria y el trabajo de manera tal que los objetivos es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o servicios que adquieren. Por lo tanto, apunta a la coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad y la oferta. Un cliente satisfecho siempre implica un beneficio para la empresa, mayores ganancias, fidelidad, menos gastos en resolución de problemas, etc.

La gestión de calidad tiene que ver también con una serie de procedimientos, lo cual brindan al consumidor seguridad y confianza en la manera como se elabora un producto o se brinda un servicio, teniendo en cuenta lo fundamental la salud del consumidor y el de no dañar al medio ambiente también es muy importante en estos tiempos tan exigentes en las ya desarrolladas y grandes empresas lo cual las micro y pequeñas empresas deben imitar.

Principios de Gestión de Calidad

Según González (2015), menciona que los principios de la gestión de la calidad en los que sustenta la norma ISO 9001: 2015 son los siguientes:

- 1. Enfoque al Cliente;** el enfoque principal de gestión de la calidad es satisfacer las necesidades del cliente y esforzarse para superar sus expectativas.
- 2. Liderazgo;** los líderes de todos los niveles establecen la unidad de propósito y crean las condiciones en que las personas se dedican a la consecución de los objetivos de calidad de la organización.
- 3. Compromiso de personas;** contar con personas competentes, capacitadas y comprometidas en todos los niveles a lo largo de la organización resulta un componente esencial para que una organización pueda mejorar su capacidad para crear y ofrecer valor.
- 4. Enfoque de procesos;** se logran resultados consistentes y predecibles más eficaz y eficientemente cuando las actividades se entienden y gestionan como procesos interrelacionados que funcionan como un sistema coherente.
- 5. Mejora;** las organizaciones exitosas tienen un enfoque continuo en la mejora.
- 6. Toma de decisiones basada en evidencia;** son el análisis y evaluación de los datos y la información son más propensos a producir los resultados deseados.

- 7. Gestión de las relaciones;** para el éxito sostenido, una organización gestiona sus relaciones con las partes interesadas, como los proveedores o el entorno social cercano.

Todo lo mencionado es muy importante en todo negocio es por eso que las gestiones estas tan de moda en las grandes empresas, aplican gestión y tienen mejores resultados.

Gestión y calidad deben ser procesos fundamentales en toda organización pues permiten cuidar los recursos, proporcionan al producto o servicio una excelente presentación para así obtener mejores resultados en cuento a la aceptación de nuestros clientes.

Ventajas y beneficios de los sistemas de gestión de calidad:

Según Chamorro (2016):

- Mejora la organización de la compañía, al ayudarnos a sistematizar operaciones suelen producirse innovaciones que nos ayudan hacer más eficientes los procesos que no generan valor, etc.
- Permite controlar al desempeño de los procesos y de la organización en sí misma.
- El sistema de gestión de calidad nos ayuda a cumplir de manera más adecuada la normativa relacionada con nuestros productos y servicios.
- Mejora la capacitación de los trabajadores en la empresa, al tener más información de los procesos, estos los conocen mejor y pueden abordar su ejecución de manera más ágil, con menos mermas, etc. Además, el hecho de mantener un buen flujo de información con la platilla ayuda a incrementar la motivación y compromiso de esta.
- Los sistemas de gestión de calidad tienen muy en cuenta los requisitos y expectativas del cliente, por lo que su implantación incide positivamente en su satisfacción y por tanto en su fidelización.

Por lo expuesto anteriormente queda claro los beneficios que trae el poner en práctica un sistema de gestión de calidad, así mismo el llevar acabo un sistema de gestión de calidad a una micro y pequeña empresa le ayudara a cumplir con sus objetivos deseados es decir como punto base va tener calidad en el servicio o producto que brinde a sus clientes, es como una nueva forma de trabajar, trabajar bajo parámetros de calidad de manera ordenada comienza a tener fuerza frente a

sus competidores. Si un emprendedor planifica el inicio de su negocio y tiene en cuenta la gestión de calidad en sus procesos es conveniente que como líder involucre a todo su personal y como recién se está iniciando en el ámbito empresarial se ve mucho más fácil el reunirse con su equipo de trabajo ya que es pequeña por mencionarlo así, e informarle acerca de gestión de calidad que todos tengan en claro los objetivos de la empresa y hacerlo cumplir empezando por satisfacer las necesidades de sus clientes.

¿Qué es la atención al cliente?

Según, Dasilva (2018), la atención al cliente es el servicio que una empresa brinda a sus clientes al momento de venderle un producto o servicio atender sus inquietudes, reclamos o pedidos y de venderle un producto o servicio. Algunos de los factores que influyen directamente en la calidad de servicio al cliente son:

- **Amabilidad:** el cliente espera un trato agradable y servicial por parte de los empleados de un establecimiento. Se sentirá muy a gusto cuando le saluden con sonrisa sincera y le demuestren que están interesados en ayudarlo.
- **Atención personalizada:** un servicio de atención personalizada toma en cuenta los gustos, preferencias y necesidades particulares de cada cliente. Por ejemplo, cuando se diseña un producto tomando en cuenta las necesidades y gustos de un cliente.
- **Rapidez en la atención:** está relacionada con la rapidez con la que una empresa logra aclarar las inquietudes de un cliente, toma sus pedidos, realiza las entregas de los productos y resuelve las incidencias que se puedan presentar.
- **Ambiente agradable:** un espacio acogedor donde el cliente se siente a gusto. Se debe tomar en cuenta la decoración, el ambiente musical y la correcta iluminación.

Está comprobado que a toda persona le agrada el buen trato, más si vas algún establecimiento o empresa adquirir un servicio o producto lo que se espera es una adecuada atención a nuestros pedidos requeridos.

Elementos del servicio al cliente:

De acuerdo con Raffino, (2018) los elementos del servicio al cliente son:

- **Contacto cara a cara.** Es decir, la posibilidad de entrevistarse con el cliente y darle atención personalizada, no mediatizada a través de un sistema electrónico o de una llamada telefónica. Esto refuerza el nexo con el cliente y le hace sentir escuchado.
- **Relación clientelar.** Reforzar la relación con el cliente es clave en los servicios de atención, y esto se ha puesto en evidencia gracias a las redes sociales y la cultura 2.0, en la que el branding o fidelización de las marcas se hace imperativo en la relación entre la empresa y el consumidor.
- **Correspondencia.** La correspondencia entre cliente y empresa es clave para una atención al cliente saludable, ya que fortalece la identificación entre ambos y la resolución de los problemas que se presenten.
- **Reclamos y cumplidos.** El cliente debe contar con alguna forma de ejercer presión para que sus problemas o insatisfacciones tengan arreglo, o recompensar la buena actuación de algún departamento de la empresa.
- **Instalaciones.** Debe brindársele al cliente la dirección física de las instalaciones a las que puede acudir para recibir contacto cara a cara. No todo, en fin, puede ser virtual o digital.

Por lo expuesto la atención al cliente tiene que ver mucho la forma como interactuamos con nuestros clientes esto es primordial para lograr que tengan una buena experiencia al momento de adquirir un servicio o producto, así nuestro cliente puede regresar y se convierte leal a nuestra marca, producto o servicio.

Tipos de Clientes:

Para brindar un servicio al cliente debemos conocer los tipos de clientes, Según Cabrera (s.f) existen estos tipos de clientes:

- **El Impaciente:** Nomás antes de atenderlo ya estará mirando su reloj, expulsando fuertemente el aire por su boca o bien zapateando el piso insaciablemente como para apurarnos. Su principal problema es que dice no tener tiempo y estar apurado, y puede que realmente sea así. Es un cliente demasiado complicado de manejar porque muchas veces

tienden a generar incomodidad no solo en la persona que lo va a atender sino también en las demás personas.

- **El lamentable:** El segundo de los tipos de clientes que te quiero presentar, es el típico cliente que apenas comienza a hablar con nosotros, comienza a tomárselo como una sesión de psicología donde nos cuenta todos los dramas que suceden en su vida (y los exagera). Es un tipo de cliente, que en sí utiliza siempre la lástima para tratar de dominarnos. Una cosa es un cliente que tenga un problema y otro uno que utiliza la lástima y nuestra inocencia a su favor. Lo importante es no caer en la trampa. Tienen frases típicas como: “Por favor no me hagas esto” o también “Yo sé que usted es una buena persona”.
- **El Amiguero:** El tercero de los 8 tipos de clientes, no es que este sea un cliente complicado porque tiene algo que hace que nos ponga en riesgo, pero sí tiene algo que es muy difícil de manejar. Toma tanta, pero tanta confianza con nosotros que se siente un amigo de toda la vida. Usualmente con este cliente, una pregunta se convierte en una charla de café y un “buenos días” en incontables minutos en que no sabemos cómo explicarle que necesitamos seguir trabajando. También este cliente se toma algunas atribuciones, como saltarse a otras personas o inclusive meterse en nuestro espacio de trabajo, como si fuese nuestra sombra.
- **El laguna mental:** Llega un momento en el que estamos atendiendo, vemos la cara de este cliente y nos damos cuenta que algo sucedió. Su rostro se transformó totalmente, como si de un zombie se tratase. Lo hemos perdido. De los 8 tipos de cliente, este suele tener un problema muy grande. Por una cuestión de vergüenza, no dice en ningún momento que no entiende algo. Inclusive puede irse sin haber entendido absolutamente nada o preguntarnos 50 veces lo mismo. Hay que comprender que muchas veces hay personas que no tienen buena capacidad de atención y si nosotros no cambiamos nuestra estrategia, perderemos mucho tiempo volviendo al inicio.
- **El Enojón:** ¿Recuerdan la película “Un día de furia? Esa en la que un hombre tras una serie de cosas negativas que le suceden se vuelve totalmente loco y comienza a volver ultra agresivo. Bueno, hay gente que realmente es así, pero no a tal escala. Muchas personas

tienen la percepción que el personal de atención al cliente está allí para que descarguemos toda nuestra furia y frustraciones con ellos. Por más que queramos evitarlos, hay gente así. Estas personas suelen venir de forma bastante agresiva inclusive sin importarles si realmente lo vamos a poder ayudar o no.

- **El Sabelotodo:** El sabelotodo es uno de esos tipos de clientes que se acerca a nosotros solamente para mostrarnos que es tan inteligente que cualquier respuesta que le demos a su problema, él ya la probó. Inclusive existen casos de clientes sábelo todos que solo buscan ser atendidos para demostrar que saben más que nosotros y se van sin hacer nada más. Lo complicado del sabelotodo es que, si realmente sabe más que nosotros, terminará haciendo un gran problema y hasta exigirá hablar con algún superior para mostrar su indignación.
- **El Flojo:** Este cliente en verdad no es que sea problemático, al contrario, de los 8 tipos de clientes es uno muy interesante, pero su pereza nos lleva a perder tiempo, explicar 100 veces lo mismo o inclusive que nos termine pidiendo que hagamos algo por él. El problema del flojo, es que es un cliente que quiere todo pre digerido, todo listo para hacer el menor movimiento posible y explicado de forma tan sencilla que no tenga que pensarlo mucho. La ventaja de este tipo de clientes es que nos dejan llevarlo de la mano por donde queramos, siempre y cuando ganemos su confianza y le demostremos que realmente la propuesta o solución que le estamos ofreciendo, es la que implica el menor esfuerzo.
- **El negociador:** Uno de los tipos de clientes más complicados y muchas veces exigentes. Nada más ni nada menos que “El negociador”. Lo complicado de este cliente es que, al comenzar, durante y al finalizar una charla, algo buscará negociar. Puede que se trate de una devolución, puede que se trate de un descuento, puede que trate de un regalito o hasta de ese lapicero gastado que tenemos en el escritorio. El negociador es un tipo de cliente que necesita obtener algo, aunque sea un centavo de ganancia para sentirse satisfecho. El simple hecho de saber que obtuvo “un poquito más” que el resto de los mortales, le produce placer.

Como podemos ver existen muchos tipos de clientes, por lo que es necesario importante que los representantes de todo negocio conozcan a sus clientes y los estudien, así plantear estrategias

y porque no decirlo enfocarse en los mejores clientes porque, aunque todo empresario desee no todas las personas que lleguen a su negocio serán personas gratas pero a pesar de ello uno tiene que ser amable para generar una buena publicidad boca a boca.

Estrategias para mejorar el servicio al cliente:

Según Jiménez, (2015) la mejor estrategia del mundo es el servicio. Sin embargo, si hacemos un inventario, nos damos cuenta de que hay muchas maneras en que una empresa, de cualquier tipo, puede fallar en ese aspecto. En ese sentido, las características de todo servicio son las siguientes:

- Amar lo que uno hace
- Resolver problemas siempre, no dejar para después
- Ser vendedor de 24 horas, (la tecnología de hoy ayuda amontones)
- Generar curiosidad ante el cliente, expectativa
- Ofrezca una experiencia, no el producto mismo (aunque sea un servicio)
- Vender más en menos tiempo, el cliente lo agradece
- Uso de Pareto (20-80) en la cartera de clientes (concentrarse en el 20 % de los clientes que le generan el 80% de utilidades)
- Estudiar al cliente
- Aprender a ceder, quien no lo hace es negociador
- Paciencia, (hoy significa sumar inteligencia emocional)
- Ser transparente con los sentimientos en la negociación
- Analizar resultados
- Siga aunque le vaya mal
- Haga que cada explicación, sea un cierre de ventas
- Tener un buen manejo de objeciones

Por lo mencionado estas estrategias nos ayudan a dar una mejor atención los problemas de un mal servicio en su mayoría concuerdan con: demoras en la atención, respuestas poco validas de los trabajadores a los clientes, el trato así los clientes no es cordial, no se conoce el producto o servicio por lo que no se da una adecuada respuesta al cliente y entre otros aspectos. Es por esos que las micro y pequeñas empresas deben prestar atención a estos aspectos, aunque a veces parezcan insignificantes para muchos es por eso que lograr resultados.

La calidad del servicio de Atención al Cliente:

Según, Polo (s/f) indica que la calidad de la Atención al Cliente depende principalmente del nivel de compromiso y empatía que se maneje en tu empresa, como, por ejemplo:

- ✓ **Establecer una buena comunicación:** para aprender cuáles son las expectativas del cliente acerca del servicio o del producto de la empresa.
- ✓ **Respuesta en tiempo real:** uno de los aspectos importantes es el tiempo de respuesta a las demandas del cliente.
- ✓ **Comparación y seguimiento de la competencia:** de nuevo, no te estamos incitando a copiarte ni mucho menos pero si es importante que identifiques los puntos clave de tus competidores exitosos, ¿qué los hace tan buenos y cómo lo hacen? De seguro podrás imitar y mejorar tu propio servicio de Atención al Cliente.

Es decir, saber cómo llegar a las personas aprovechando las nuevas tecnologías y aplicaciones por ejemplo usar las redes sociales, la aplicación del Wasap entre muchas.

Muchas empresas creen aún que usar un lenguaje al estilo de “Robot” es lo más prudente. Sin embargo, muchos estudios demuestran que el usuario prefiere un lenguaje más humano y más personalizado cuando se comunica con un proveedor de servicios o de productos.

¿Qué esperan los clientes?

Según Polo, (s/f) Los expertos en marketing están en una dicotomía sobre si el cliente tiene siempre la razón o no pero lo que sí es seguro es que cada cliente necesita algo de un producto, espera un servicio único y cada uno tiene sus propias dudas. Es por eso que para que cumplas en una manera global con sus expectativas te recomendamos:

- ✓ **Cumplir todo lo que prometes:** un ejemplo muy conocido son las llamadas “imágenes referenciales”. Es cierto que cumplen con la norma de aclarar que es referencial sin embargo, esto genera una gran expectativa y en la mayoría de los casos los resultados no son los esperados.
- ✓ **Ser obsesivo con los detalles:** un aspecto que te ayudaría mucho en tu servicio de atención al cliente es no dejar ningún cabo suelto. En este caso debes tener empatía y ponerte en los zapatos del usuario y tratar de responder qué, cómo, cuánto, dónde, cuándo, por qué, quién, a quién, con qué, a dónde, etc. entre menos ambigüedad tenga tus servicios y productos menos preguntas redundantes obtendrás.
- ✓ **Respetar el tiempo de los usuarios:** el tiempo de todos es importante pero tienes que tener en cuenta que en una relación de cliente y empresa es el cliente quien paga por tu producto o servicio, así que debes respetar la puntualidad y el tiempo de respuesta y de esta manera tú también ahorrarás tiempo.
- ✓ **Reacciona profesionalmente:** una cualidad importantísima en el servicio de Atención al Cliente es el profesionalismo con el que se trabaja.

Por todo lo expresado se puede mencionar que ser consiente y aceptar que unos de los recursos más importantes en toda empresa es el recurso humano como trabajadores y como clientes, si los empresarios se enfocan también en tratar bien a sus trabajadores, estos también lo harán con los clientes, el tener en claro que brindar una buena atención al cliente genera ganancias, el empresario debe desarrollar un plan de comunicación efectiva con sus trabajadores para juntos realizar un trabajo en equipo que tenga por finalidad tratar bien a los clientes. Logrando así aumentar las ventas y/o servicios utilizados, fidelización por partes de los clientes y rentabilidad.

Como jefe de una empresa se debe saber liderar realizando así la asignación de tareas adecuadas, eligiendo bien el personal que sean capaces de saber tratar con el público bajo presión. Existen muchos casos en que los negocios han fracaso por una mala Atención al Cliente.

Cómo mejorar la atención al cliente en una empresa: estrategias y actividades.

Según, EAE Business School (2018) definir una estrategia de servicio al cliente es un paso clave para mejorar la satisfacción de los consumidores. Entre las actividades que pueden llevarse a cabo en este marco estratégico se incluyen las siguientes:

- **Crear una visión de servicio al cliente.** Es importante comunicar la visión de servicio al cliente a los empleados, ya que ellos deben comprender cuál es la visión y los objetivos de la organización para el servicio al cliente y comprender su responsabilidad para ayudar a lograr esa visión.
- **Evaluar las necesidades del cliente.** Las organizaciones a menudo fallan y desperdician recursos valiosos, creando productos y servicios que pensaban que el cliente quería, solo para descubrir que no era lo que el cliente quería en absoluto. El truco es averiguar qué es lo que quiere el cliente, y, para ello, nada mejor que preguntarles. De esta forma se puede conocer su percepción de los servicios que se brindan y determinar cuáles son sus necesidades y expectativas.
- **Formar y preparar a los empleados.** Es importante evaluar a los empleados y garantizar que posean la disposición y el conjunto de habilidades para ayudar a respaldar un entorno de servicio al cliente sólido. En el marco de la estrategia de servicio al cliente, hay que aceptar que la formación es tan importante como una buena selección de personal, porque las habilidades se pueden enseñar, pero la actitud y la personalidad no.
- **Establecer metas para el servicio al cliente.** Las estrategias de servicio al cliente ayudan a crear y reforzar una cultura de servicio. Una vez que se identifican las necesidades y expectativas del cliente y se mide su satisfacción, es hora de crear objetivos para alcanzar los niveles deseados y mantenerlos.
- **Recompensar y reconocer un buen servicio,** que premie la empatía, dedicación y alineación con los objetivos de la estrategia de servicio al cliente de la compañía.

2.3.Marco Conceptual

Acerca de la Computadora e informática

La revolución electrónica en sus inicios aproximadamente 25 años atrás constituyo un gran comienzo para el desarrollo de la era digital. El hombre desde hace generaciones siempre ha buscado dispositivos que le ayude a ser las cosas más sencillas, desde la aparición de las calculadoras binarias hasta actualmente existen muy pocas actividades que no estén relacionadas con aparatos electrónicos. Por lo tanto, se deduce que uno de los aparatos electrónicos más usados es una computadora ya que este sirve de apoyo a muchas personas, a muchos empresarios, muchos profesionales. Hoy en día es común contar con una computadora pues la informática ha tenido un rápido crecimiento, desarrollo y expansión en la sociedad tanto así que nos guste o no estamos en constante interacción con el asombroso mundo de la computación.

Una computadora generalmente, está compuesta de manera externa: por un teclado, un mouse o ratón, un monitor, una impresora con o sin escáner, una pc, audífonos, parlantes, una cámara web, dependiendo el modelo y como las requiere adquirir una persona.

Una computadora generalmente, está compuesta de manera interna: un microprocesador, memoria ram, disco duro y ventilador.

Entonces, hoy en día estamos acostumbrados al uso de un computador debido a que nos sirve en una gran variedad de actividades tanto en el ámbito educativo como laboral entre otros, además es un medio de comunicación e interacción con otras personas y a través de esta se ha podido desarrollar muchos avances tecnológicos como por ejemplo realizar pagos por internet con solo hacer unos cuantos clicks, la gente que quiere ir de vacaciones pueden ver las condiciones meteorológicas, las máquinas pueden traducir muchísimos idiomas, así aunque haya gente que no entiende ciertos idiomas recurren al uso de un dispositivos electrónico para empezar a traducir.

Acerca de los inicios de las micro y pequeñas empresas de actividades de impresión, fotocopiado e digitalización de documentos

Aproximadamente en el año 2007 en la zona de Av. Pardo 515 aparecieron dos o tres micro y pequeñas empresas ofreciendo el servicio de fotocopiado y digitalización de documentos, ya en el año 2010 es donde aparecen el resto ofreciendo consigo otros servicios adicionales a fotocopiado y digitalización. Nace con el fin de generar ganancias y subsistir.

Se ha convertido en el lugar en lo cual acuden muchas personas de diferentes lugares, edades a adquirir estos servicios relacionados con la computación.

Las Micro y pequeñas empresas de actividades de impresión, fotocopiado e digitalización de documentos

Las micro y pequeñas empresas del rubro actividades de impresión, fotocopiado e digitalización de documentos ubicadas en Av. Pardo 515 y Jr. Villavicencio 352 (costado de la plaza de armas) del distrito de Chimbote, en su mayoría constituidas como personas natural con negocio, representadas en su mayoría por los propios dueños. Estas micro y pequeñas empresas ofrecen variedad de servicios relacionados con el mundo de la tecnología e informática, realizan trabajos en diferentes programas e aplicaciones de ofimática tales como: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Powerpoint, CorelDRAW, AutoCAD, Photoshop, Wordpress, ofrecen el servicio de fotocopiado, digitalización, escaneos, enmicados, anillados de documentos, copias a color, diseño de tarjetas, rotulado de Cds, quemado de CD y DVD, trabajos escolares, impresiones en cartulinas, papel fotográfico, papel adhesivo, redacción de documentos, edición de videos, ploteos y copias de planos. Están ubicados en Av. Pardo 515, como punto de referencia la esquina de pirani. Estas micro y pequeñas empresas ofrecen diversos servicios enfocados en cubrir las necesidades de sus clientes o posibles clientes.

Estos emprendedores tomaron muy en serio el boom de la tecnología que de una forma u otra tuvieron la idea emprendedora de ofrecer estos servicios a la sociedad.

Estas micro y pequeñas empresas tienen su acogida día a día, sus clientes potenciales vienen a ser los estudiantes y profesionales de distintas carreras en lo cual tienen la necesidad de imprimir, anillar, escanear, sacar copia uno que otro documentos. También acuden dueños de otras mypes de diferentes rubros lo cual requieren el servicio de apoyo administrativo se podría decir así ya que ellos mismos manifiestan no contar con un asistente entonces se le realiza el servicio de redacción, digitalización y envío de documentos.

Las Micro y pequeñas empresas de actividades de impresión, fotocopiado e digitalización de documentos, poseen mayor demanda en la temporada en que los jóvenes estudian en institutos, universidades o colegio, si bien es cierto en su mayoría fueron creadas con fines de lucro de generar ganancias tienen la obligación de innovar de enfocarse en otros puntos más importantes que ayude al crecimiento y desarrollo de su negocio como por ejemplo orientarse, preocuparse más por sus

clientes optar por implementar un proceso en gestión de calidad consecuentemente centrarse en una buena atención al cliente.

Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos

Si bien es cierto la mayoría de empresas dependen de sus clientes, a más clientes más ganancias. Por ello para estas micro y pequeñas empresas una de las premisas básicas que deben tener en cuenta para garantizar el buen funcionamiento de sus negocios es enfocarse en mejorar el servicio de atención a sus clientes. El acercarse a su público objetivo, fomentar las relaciones estables y duraderas, ya que al perder un cliente, se está perdiendo dinero y oportunidad de desarrollo.

Gestión de calidad en atención al cliente

Por otro lado, existe el desafío de seguir ofreciendo un valor agregado a cada servicio o producto que se ofrece por ello es importante poner en práctica ciertas herramientas de calidad para mejorar procesos que muchas veces se omiten. Gestión de Calidad en Atención al Cliente, estos dos términos son primordiales en todo negocio, empresa y/o organización si se quiere sobre vivir en el mundo empresarial ya que estos términos generan la ventaja de ser competitivos como empresa, todo empresario debe apuntar a satisfacer las necesidades e inquietudes de sus posibles clientes obteniendo como resultado un cliente satisfecho, que cuanto tenga la elección de elegir elija aquel negocio o lugar donde se sintió o sabe que se sentirá bien con el producto o servicio que obtenga. Por ello se debe seguir ciertos parámetros de calidad como por ejemplo desarrollar un plan de buen servicio al cliente.

Concepto de Gestión de calidad:

Nos referimos a seguir procedimientos técnicos, delicados, que generen óptimos resultados y buena presentación lo toda entidad y/o organización debería aplicar, es decir la forma en que entregamos un producto o servicio debe ser fundamental basado en principios éticos comprometidos con la sociedad y medio ambiente.

Concepto de Atención al cliente:

Tratar con amabilidad a las personas, brindándole información necesaria y requerida por un usuario generando en la persona satisfacción. Saber ofrecer un producto o servicio de la mejor forma posible siendo una excelente fuente de información y publicidad gratuita.

Marco Conceptual: (Glosario)

Actividades de impresión: Se refiere a obtener documentos digitales a físicos. Por ejemplo: su tesis digital lo obtiene en físico, volantes, afiches para publicidad.

Fotocopiado: Duplicado de documentos en físicos ya sea a color o blanco y negro.

Digitalización de documentos: Los documentos inscritos a mano pasan a ser inscritos de manera digital en diferentes programas o también se refiere a redacción de documentos.

III. HIPÓTESIS:

En el presente trabajo de investigación la muestra que se realizó no se plantea hipótesis, por ser una investigación de tipo descriptiva.

VI. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación:

El diseño de la investigación fue No experimental – Transversal – Descriptiva.

Fue No experimental, porque no se manipuló deliberadamente la variable gestión de calidad con el uso de la herramienta atención al cliente. Es decir, se observó tal y como se presentó conforme su realidad de las micro y pequeñas empresas sin sufrir modificaciones del sector servicio, Rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos.

Fue transversal porque el estudio de investigación gestión de Calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, Rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos; se realizó en un espacio de y tiempo determinado.

Descriptivo, porque solo se escribió los puntos más importantes de las micro y pequeñas empresas.

4.2. Población y muestra:

a) Población:

En el presente estudio se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos.

b) Muestra:

Se utilizó una muestra de 10 micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos.

4.3. Definición y Operacionalización de la Variable

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Los representantes de las micro y pequeñas empresas	Son personas jurídicas o natural con negocio, de 30 a 50 años de edad, son de sexo masculino, con grado de instrucción secundaria, dueños de sus propios negocios con más de 7 años desempeñándose en el cargo.	Edad	a) 18 a 30 años b) 0 a 50 años c) 50 años a más	Cuantitativa
		Género	a) Masculino b) Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	a) Sin Instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior No Universitaria e) Superior Universitaria	Nominal
		Cargo	a) Dueño b) Representante	Nominal
		Tiempo que desempeña en el cargo	a) 1 a 3 años b) 3 a 7 años c) 7 años a más	Cuantitativa

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Micro y Pequeñas Empresas	- Son micro y pequeñas empresas con más de 7 años de permanencia en el ámbito empresarial, cuentan con 1 a 5 trabajadores, creadas con el objetivo de generar ganancias.	Permanencia	a)1 a 3 años b)3 a 5 años c)7 años a más	Cuantitativa
		N° de trabajadores	a)1 a 5 trabajadores b)6 a 10 trabajadores c)11 a más a trabajadores	Cuantitativa
		Objetivos de Creación	a)Generar Ganancia b)Subsistencia c)Superación personal	Nominal

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad	-Es un proceso relevante para el avance de toda organización en lo cual casi siempre es importante, se conoce como técnicas moderna de la calidad las 5 S', casi siempre contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.	Es importante un servicio de calidad	a)Si b)No	Nominal
		Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce	a) Benchmarking b) Empowerment c) 5 S's d) Outsorsing e)Ninguno	Nominal
		La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio	a)Si b)No	Nominal

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Atención Al Cliente	Es un término relevante en lo cual la totalidad de las micro y pequeñas empresas conocen, teniendo en cuenta como factor que genera calidad al servicio que brinda la buena atención al cliente, en lo cual a veces aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.	Conoce el termino atención al cliente	a) Si b)No	Nominal
		Principales factores Que generan calidad al servicio que brinda	a) Buena atención al cliente b) Precios cómodos c) Calidad en los trabajos realizados por sus trabajadores d) rapidez en el servicio	Nominal
		Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	a) Si b)No	Nominal
		La atención que brinda A sus clientes es:	a) Si b)No	Nominal
		La empresa es eficiente cuando atiende a sus clientes es:	a) Bueno b) Muy bueno c) Regular	Nominal
		La empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes.	a) Si b)No	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó, para recolectar información fue:

La encuesta, porque es una técnica destinada a obtener datos de las MYPE, esta técnica es eficiente porque se obtiene los datos requeridos.

El instrumento, fue: El Cuestionario estructurado, este instrumento consta de un conjunto de preguntas estructuradas (17 preguntas), sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación.

Cabe mencionar la importancia del instrumento, las preguntas aplicadas deben estar bien organizadas, siendo una ventaja en un menor esfuerzo por parte de los encuestados.

4.5. Plan de análisis

En la presente investigación se utilizó el programa Microsoft Word para el diseño del informe de investigación y se utilizó el programa Excel para realizar las tablas y gráficos estadísticos correspondientes.

4.6 Matriz de consistencia lógica del informe.

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y Muestra	Método	Técnicas e instrumentos	Plan de Análisis
¿Cuáles son las principales características de atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019?	<p>Objetivo General: Determinar las principales características de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la Ciudad de Chimbote, 2019.</p> <p>Objetivos específicos: -Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019. -Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector</p>	Gestión De calidad	<p>Población: Estuvo conformada por 10 micro y pequeñas empresas.</p> <p>Muestra: Estuvo conformada por 10 micro y pequeñas empresas, la misma que fue obtenida mediante la técnica de sondeo. Algunos de los representantes de las micro y pequeñas empresas por cierta desconfianza optaron por no darnos cierta información personal de ellos (como sus nombres completos).</p>	<p>Diseño de la investigación: El diseño de la investigación fue No experimental, Transversal y Descriptiva.</p> <p>Fue No experimental, porque no se manipuló la variable gestión de calidad con el uso de la herramienta atención al cliente. Es decir, se observó tal y como se presentó conforme su realidad de las micro y pequeñas empresas sin</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>	<p>En el presente estudio investigación, se elaboró un plan de análisis, en el que se utilizó los siguientes instrumentos: El programa Microsoft Word, Excel y PDF. Microsoft Word se usó para diseñar la tesis, Seguidamente se utilizó el Excel que sirvió para insertar figuras, tabular los</p>

	<p>servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019.</p> <p>-Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019.</p> <p>-Elaborar un plan 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 actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019.</p>			<p>sufrir modificaciones. Fue transversal porque el estudio; se realizó en un espacio de y tiempo determinado.</p> <p>Descriptivo, porque solo se escribió los puntos más importantes de las micro y pequeñas empresas.</p>		<p>resultados de las encuestas, entre otros. Finalmente se empleó el programa PDF, en donde se presenta todo el desarrollo de nuestro informe final.</p>
--	---	--	--	---	--	--

4.7. PRINCIPIOS ETICOS:

El presente estudio de investigación se elaboró basado en los siguientes principios éticos:

- **Principio de protección a las personas**, porque se va a mantener la, confidencialidad y privacidad del representante de la micro y pequeña empresa.
- **Principio de beneficencia y no maleficencia**, porque se va a respetar los derechos del autor, disminuyendo los daños o prejuicios.
- **Principio de consentimiento informado y expreso**, porque se publicará solo la información brindada por el representante de la micro y pequeña empresa.

5. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio-rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano, de la Ciudad de Chimbote, 2019.

Datos Generales	N	%
Edad		
18 a 30 años	4	40,00
31 a 50 años	6	60,00
51 a mas	0	00,00
Total	10	100,00
Género		
Masculino	3	30,00
Femenino		70,00
Total	10	100,00
Grado de Instrucción		
Sin instrucción	0	00,00
Primaria	0	00,00
Secundaria	5	50,00
Superior No Universitaria	4	40,00
Superior Universitaria	1	10,00
Total	10	100,00
Cargo que desempeña		
Dueño	5	50,00
Administrador	5	50,00
Total	10	100,00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0-3 años	2	20,00
4-6 años	5	50,00
7 años a mas	3	30,00
Total	10	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a todos los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la Ciudad de Chimbote, 2019

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019

De la Empresa	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	1	10,00
4 a 6 años	5	50,00
7 a más años	4	40,00
Total	10	100,00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	9	90,00
6 a 10 trabajadores	1	10,00
11 a más trabajadores	0	00,00
Total	10	100,00
Las personas que trabajan en su empresa son		
Familiares	0	00,00
Personas no familiares	10	100,00
Total	10	100,00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	10	10,00
Subsistencia	0	00,00
Total	10	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a todos los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos de la Ciudad de Chimbote 2019

Gestión de calidad	N	%
MYPE		
Conoce el término de gestión de calidad		
Si	1	10,00
Se conoce poco	1	10,00
No se conoce	8	80,00
Total	10	100,00
Qué técnicas de la gestión de calidad conoce		
Benchamarking	0	00,00
Empowermet	0	00,00
5 s	1	10,00
Outsorcing	0	00,00
Otros	2	20,00
Ninguno	7	70,00
Total	10	100,00
Cree Ud. Que la gestión de calidad, contribuirá a mejorar el rendimiento de su negocio		
Si	10	100,00
Talvez poco	0	00,00
Talvez mucho	0	00,00
No	0	00,00
Total	10	100,00
Conoce el término atención al cliente		
Si	7	70,00
Se conoce poco	3	30,00
No se conoce	0	00,00
Total	10	100,00
Cree Ud. Que la atención al cliente es fundamental para que este regrese a su negocio		
Si	10	100,00
Un poco	0	00,00
No	0	00,00
Total	10	100,00

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos de la Ciudad de Chimbote 2019

La atención que brinda a sus clientes es	N	%
Buena	6	60,00
Regular	4	40,00
Mala	0	00,00
Total	10	100,00

Cree Ud. Que la empresa Es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes		
si	4	40,00
A veces	6	60,00
No	0	0,00
Total	10	100,00

Cree Ud. Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado		
Si	10	100,00
Un poco	0	0,00
No	0	0,00
Total	10	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a todos los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el casco urbano, de la Ciudad de Chimbote, 2019

Tabla 4

Plan de mejora de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en la ciudad de Chimbote, 2019.

Problemas encontrados (RESULTADOS)	Causa	Solución – aplicar mejora	Responsable
No conocen el significado de Gestión de Calidad (80.00 %)	Poco interés en aprender temas de gestión.	Buscar asesoramiento en profesionales especializados.	Dueño
No conocen técnicas administrativas (70.00 %)	Desconocimiento de técnicas administrativas modernas.	Capacitarse sobre temas de gestión y técnicas administrativas.	Dueño
Solo a veces dan solución a los reclamos de sus clientes (60.00 %)	Trabajadores no comprometidos.	Buscar trabajadores con un mejor perfil en el puesto.	Dueño

Fuente: Elaborado por el autor.

5.2 Análisis de resultados:

Tabla 1.

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Referente a la edad del representante de las micro y pequeñas empresas: El 60,00 % asumen tener entre 31 a 50 años (tabla 1). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Vasallo, (2017), el cual menciona que el 69 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años así mismo estos resultados coinciden con Vásquez, (2017) el 75,00 % de los representantes tienen entre 31 a 50 años, a su vez tienen relación con los resultados obtenidos por Antúnez, (2017) el cual menciona que el 72,7 % de los representantes tienen entre 21 a 50 años de edad del mismo modo que Ocaña, (2017) el 57,7 % en donde sus representantes tienen entre 30 a 50 años de edad a su vez coinciden con Ríos, (2015) los representantes fluctúan en una edad de 35 a 44 años del modo que contrasta a los resultados obtenidos por Baca, (2014) El 50 % de sus representantes de las micro y pequeñas empresas tienen en 18 a 30 años. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos, tienen de 31 a 50 años de edad lo cual son personas adultas con experiencia en el rubro y espíritu de emprendimiento. En comparación con los otros autores se deduce que la mayoría de emprendedores se encuentran a esa edad en el desarrollo de un negocio ya que tienen como base sus experiencias pasadas e conocimientos empíricos para el inicio de su negocio.

Referente al Género de los representantes de las micro y pequeñas empresas: Un 70 % de los representantes son de género femenino (Tabla 1). Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Ocaña, (2017) en donde refiere que el 78,6 % de sus representantes son de género femenino estos resultados contrastan con los resultados obtenidos por Vasallo, (2017) en donde el 62 % de sus representantes son de género masculino a su vez estos resultados coinciden por Antúnez, (2017) el 63,6 % de los representantes son de género masculino así mismo se relaciona por Vásquez, (2017) el 66,7 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino a su vez también Baca, (2014) quien declara que el 50 % de sus representantes son de género masculino y el otro 50 % son de género femenino. Esto demuestra que la mayoría

absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos, están siendo dirigidas por personas del género femenino, esto se deduce que las mujeres están en buen posicionamiento en cuanto a los negocios y se enfocan en seguir adelante con ganas y entusiasmo siguen avanzando en este mercado competitivo que ofrece muchas oportunidades de desarrollo y crecimiento personal. En comparación con los otros autores existen muchas diferencias se puede destacar que en la actualidad las mujeres no son ajenas a estos temas como es el de tener su propio negocio muchas de ellas tienen un porcentaje mayoritario en el mercado, y no depende el rubro, lo cual cada género decide desarrollarse, enfocarse e ingeniársela para salir a flote.

Referente al grado de instrucción del representante de las micro y pequeñas empresas: Se encontró que el 50 % poseen un grado de instrucción secundario (Tabla 1). Estos resultados contrastan con lo estipulado por Vasallo, (2017) quien manifiesta el 54 % de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitario a su vez Ocaña, (2017) menciona que el 42,9 % tienen estudios técnicos estos resultados se relaciona por Antúnez, (2017) el 45,5 % tienen un grado de instrucción superior no universitario lo cual contrastan con Vásquez, (2017) el 75,5 % tienen estudio superior universitaria estos resultados coinciden con Ríos (2014) el 60,0 % de sus representantes predomina universitaria completa estos resultados contrasta por Baca, (2014) el 37,5 % predomina una instrucción superior no universitaria. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro de actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos, están siendo monitoreadas por personas con estudios secundarios, debido a que por circunstancias de la vida no pudieron seguir sus estudios sean técnicos y/o universitarios pero a pesar de ello hoy en día tienen un negocio han demostrado que a pesar de los obstáculos en la vida muchas son las decisiones de salir adelante como es el de involucrarse en el mundo empresarial, demuestran sus habilidades e algunas estrategias para ofrecer sus servicios.

Referente al cargo del representante de las micro y pequeñas empresas: El 50 % son representantes y el 50 % son administradores (Tabla 1). Estos resultados se relaciona por lo mencionado por Vasallo, (2017) el 77 % de los representantes son dueños al igual que Baca, (2014) en donde el 74 % de los representantes son dueños. Por tal motivo están siendo gestionadas por

sus propios dueños y encargados lo cual no es algo fácil pues requiere mucha responsabilidad por lo cual asume roles como por ejemplo el de cajero, administrador, supervisor, y otras pequeñas áreas o puntos que no debe omitir y de todo esto depende la supervivencia de la empresa, en comparación con los estudios de los otros autores existe una coincidencia lo cual se deduce que la mayoría tiene actitud o la capacidad para liderar claro que no la capacidad en su totalidad pero están demostrando sus actividades y aptitudes para asumir responsabilidades como esta. También se deduce que como más se basan en el tema económico quieren estar pendientes de sus ingresos y egresos en cuanto tienen que poner mucha atención de controlarlos así poder seguir invirtiendo en su negocio en cuanto a tecnología, infraestructura y sobre todo buscar innovación.

Referente en el tiempo que desempeña en el cargo: El 50 % de los representantes tienen 4 a 6 años en el cargo. (Tabla 1) estos resultados se relaciona con los obtenidos por Vasallo, (2017) en donde el 69 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas se vienen desempeñando en el cargo 7 años a mas, lo cual contrasta a lo estipulado por Ocaña, (2017) el 42,9 % tienen de 1 a 4 años en el mercado a su vez Antúnez, (2017) sus representantes tienen de 0 a 3 años en el rubro así mismo con Vásquez, (2017) el 50 % tienen de 7 años a mas en el rubro, a lo que se relaciona con Ríos, (2015) el 50 % el tiempo en años predomina de 5 a 7 años. Esto demuestra que actualmente las micro y pequeñas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos están siendo dirigidas por personas que se desempeñan en el cargo de 4 a 6 años logrando así tener más experiencia, lo cual deben enfocarse en una visión más amplio del mercado o rubro lo cual se desempeñan por lo tanto deben de conocer sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades estos cuatro puntos son una de las claves que deben desarrollar para así tener un arma para ganar ventajas frente a sus competidores.

Tabla 2.

Características de las micro y pequeñas empresas

Referente al tiempo de permanencia en el mercado: El 50 % tienen de 4 a 6 años de permanencia en el mercado (Tabla 2). Estos resultados contrasta con el autor Vasallo, (2017) en donde el 85 % de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro a su vez Ocaña, (2017) el 42,9 % tienen de 1 a 5 años de permanencia también con los

resultados obtenidos por Antúnez, (2017) tienen de 0 a 3 años de permanencia en el mercado del mismo modo con Vásquez, (2017) El 50 % tienen de 7 años a más en el rubro esto se relaciona con el autor Ríos, (2015) en donde el 50 % predomina de 5 a 7 años en el mercado. Lo que significa que los servicios o productos que brindan al público en general cubren con las necesidades de las personas que lo adquieren pues existen muchas personas que van en busca de sus servicios. A su vez se puede argumentar que a estas micro y pequeñas empresas les hace falta la implementación un proceso en lo cual brinden un servicio de calidad.

Referente al número de trabajadores: El 90 % de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. (Tabla 2) Estos resultados se asimilan a lo declarado por Vasallo, (2017) en donde el 69 % tienen de 1 a 5 trabajadores a lo que se asimila por lo descrito por Antúnez, (2017) el 63,6 % tienen de 1 a 5 trabajadores lo que se relaciona por Ocaña, (2017) el 42,9 % tienen de 1 a 5 trabajadores así mismo Vásquez, (2017) describe que el 83,3 % tienen de 1 a 5 trabajadores, a lo que se asemeja a Baca, (2014) tienen de 1 a 3 trabajadores. Esto demuestra que tienen de 1 a 5 trabajadores debido al tamaño de su local o infraestructura que se encuentran pues es pequeña por eso necesitan de esa cantidad de mano de obra, en comparación con los otros autores coincide en el número de trabajadores lo que se deduce que muchas MYPE empiezan con ese número de trabajadores, pero ya con el tiempo ven la necesidad de contratar más personal o mantenerse igual.

Referente a las personas que trabajan en su empresa son: El 100 % menciona que las personas que trabajan en su empresa son personas no familiares (Tabla 2). Estos resultados contrastan por lo mencionado por Vasallo, (2017) el 62 % de las personas que trabajan son familiares. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas aportan en la sociedad generando puestos de trabajo así mismo contribuyendo con la economía de la población por este aspecto resaltan mucho las micro y pequeñas empresas.

Referente al objetivo de creación: El 100 % de las micro y pequeñas empresas tienen por objetivo de creación generar ganancias. (Tabla 2). Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Vasallo, (2017) en donde el 100 % de las microempresas encuestadas respondieron su objetivo de creación es generar ganancia a su vez se relaciona con el autor Ocaña, (2017) en donde el 45,7 % su objetivo es generar ganancias así mismo estos resultados se asimilan a lo estipulado por Ríos, (2015) el 45 % la finalidad por la que se formó la MYPE fue para generar ingresos para solventar a la familia. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas crearon su empresa

con el objetivo de generar ganancias lo cual es bueno pero un emprendedor actual que quiere alcanzar el éxito no solo debe enfocarse por el tema de obtener solo dinero si no de adquirir más y más clientes generar más confianza en ellos a través de la calidad y atención para poder establecer así buenas relaciones interpersonales con sus clientes, así igual utilizar herramientas, estrategias para expandirse no quedarse con un solo local pues si a uno le va bien debe aprovechar el momento de expandirse, a comparación con las otras investigaciones de los diferentes autores coincide por lo que rescato que el enfocarse solo en el tema económico puede ser un fracaso pues los emprendedores omiten otros temas muy importantes como por ejemplo: El dar una buena imagen e impresión no solo como persona si no en la parte externa de la empresa su infraestructura el lugar en donde va el cliente también se debe trabajar en ellos y en otros aspectos como publicidad, atención al cliente y gestión de calidad en sus procesos.

Tabla 3.

Características de la gestión de calidad y atención al cliente

Referente a si conoce el termino de gestión de calidad: El 80 % no conocen el termino gestión de calidad. (Tabla 3). Lo cual coincide con los resultados de Baca, (2014) el 100% de los encuestados no conoce el termino gestión de calidad lo que contrasta con los resultados obtenidos por Vasallo, (2017) en donde el 92 % de las personas encuestadas respondieron que si conocen el termino gestión de calidad. Por las estadísticas se deduce que la mayoría no cono el termino gestión de calidad revelándose el motivo de que no estudiaron estudios superiores y llevan el control de sus negocios de manera tradicional.

Referente a que técnicas de la gestión de calidad conoce: El 70 % de las personas encuestadas mencionan no conocer ninguna técnica de gestión de calidad. (Tabla 3) Estos resultados contrastan con los resultados obtenidos por Vasallo, (2017) El 100 % de los encuestados que una de las técnicas que conocen es de atención al cliente a lo que se asimila por lo declarado por Ocaña, (2017) El 100 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio conocen técnicas de gestión a lo que se relaciona a los resultados obtenidos Antúñez, (2017) El 40,9 % usan la mejoría continua como técnica de la gestión de calidad a su vez Baca, (2014) El 75 % conoce y

aplica el liderazgo como técnica moderna de gestión. La mayoría de los encuestados menciona no conocer técnicas de gestión de calidad el motivo se debe a que no cuentan con estudios superiores universitarios y están enfocados en dirigir sus negocios de manera rutinaria.

Referente, Cree Ud. Que la gestión de calidad contribuiría a mejorar el rendimiento de su negocio: El 100 % de los encuestados menciona que la gestión de calidad si contribuiría a mejorar el rendimiento de su negocio. (Tabla 3). Estos resultados coinciden con lo estipulado por Vasallo, (2017) el 85 % de los encuestados respondieron que si ayuda la gestión de calidad alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa. Esto determina que hace falta el uso de la gestión de calidad en sus procesos, hoy en día las grandes y desarrolladas empresas las ponen en practican logrando obtener resultados de alta calidad en todo lo que hacen van más allá de satisfacer una necesidad ellos ofrecen felicidad al cliente.

Referente al termino de atención al cliente: El 70% de los encuestados menciona que si conocen el termino de atención al cliente. (Tabla 3) Estos resultados se relacionan por lo obtenido por Vasallo, (2017) El 100 % de las personas encuestados en las micro y pequeñas empresas mencionan que si conocen el termino atención al cliente. Esto demuestra que la mayoría absoluta de estas micro y pequeñas empresas conocen el termino de atención al cliente solo necesitan conocimientos, voluntad y decisión de aplicarlas en sus negocios, en comparación con Vasallo, (2017) coinciden en los resultados entonces hace falta una correcta toma de decisiones para ponerla en marcha. En este aspecto cabe mencionar que el termino atención al clientes hoy en día muchas empresas lo están tomando mucho en cuenta debido a que los resultados de su aplicación son muy satisfactores e importantes para el desarrollo de toda empresa.

Referente Ud. Cree Que la atención al cliente es fundamental para que este regrese a su establecimiento: El 100 % cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese a su establecimiento. (Tabla 3). Esto demuestra que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas aceptan que la atención al cliente es fundamental para que sus clientes regresen a su negocio o establecimiento porque ganan clientes y ganan dinero.

Referente a la atención que brinda a sus clientes es: El 60 % menciona que da una buena atención a sus clientes. (Tabla 3). Estos resultados coinciden a los resultados obtenidos por

Vasallo, (2017) El 54 % de los encuestados la atención que brinda es buena a su vez Ríos, (2015) El 80 % de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfecho con el servicio brindado. Esto nos demuestra que la mayoría de estas micro y pequeñas empresas tratan de dar un buen servicio pero les falta la aplicación y herramienta de calidad para obtener mejores resultados algo que las grandes empresas realizan.

Referente Ud. Cree que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes: El 60 % menciona que a veces es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de sus clientes. (Tabla 3) Estos resultados se asimilan con lo mencionado por Vásquez, (2017) el 66,7 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas pocas veces atienden y dan solución a los reclamos de los clientes, lo que contrasta con lo declarado por Vasallo, (2017) El 100 % mencionaron que si es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes. Por las estadísticas podemos decir que las micro y pequeñas empresas no se preocupan por las incomodidades de sus clientes, por ejemplo el caso de las empresas en estudio al momento de entregarle un trabajo, los clientes a veces ellos no se encuentran conforme con el servicio brindado las micro y pequeñas deben escuchar a sus clientes para mejorar, corregir errores.

Referente Ud. Cree que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado: El 100 % respondió que la atención al cliente si permite el posicionamiento de su empresa en el mercado. (Tabla 3) Estos resultados son iguales a lo declarado por Vasallo, (2017) en donde el 100 % de los encuestados cree que la atención si permite el posicionamiento de su empresa en el mercado. Esto nos demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas si creen que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado lo cual les hace falta realizarlo dar una buena atención al cliente significa tener más clientes.

PLAN DE MEJORA

I. DIAGNOSTICO GENERAL

Matriz de estrategia FODA	Oportunidades -Adquirir nuevos equipos -Ser reconocidos -Crecer en el rubro	Amenazas -Nuevas estrategias de sus competidores -Apertura de nuevos negocios -Nueva legislación que afecte al sector
Fortalezas -Ubicación estratégica -Cartera de clientes -Precios cómodos	F – O -Aprovechar comprar equipos, y seguir mejorando ya que se tiene una buena ubicación en donde transitan muchas personas. -Tener en cuenta satisfacer las necesidades de sus clientes para seguir siendo reconocidos.	F – A -Aprovechar que se cuenta con una cartera de clientes para seguir satisfaciendo sus necesidades así lograr generar más confianza en ellos y en otros posibles clientes.
Debilidades -Personal no idóneo para el puesto -Desconocimiento de la gestión de calidad. -La falta de brindar un buen servicio al atención al cliente.	D – O Eliminar tradiciones, mejorar sus procesos y gestionar el cambio.	F - A Mejorar su imagen como empresa, para captar más clientes a través de una buena presentación.

Fuente: Plan de mejora, elaborado por el autor.

2. Indicadores de Gestión

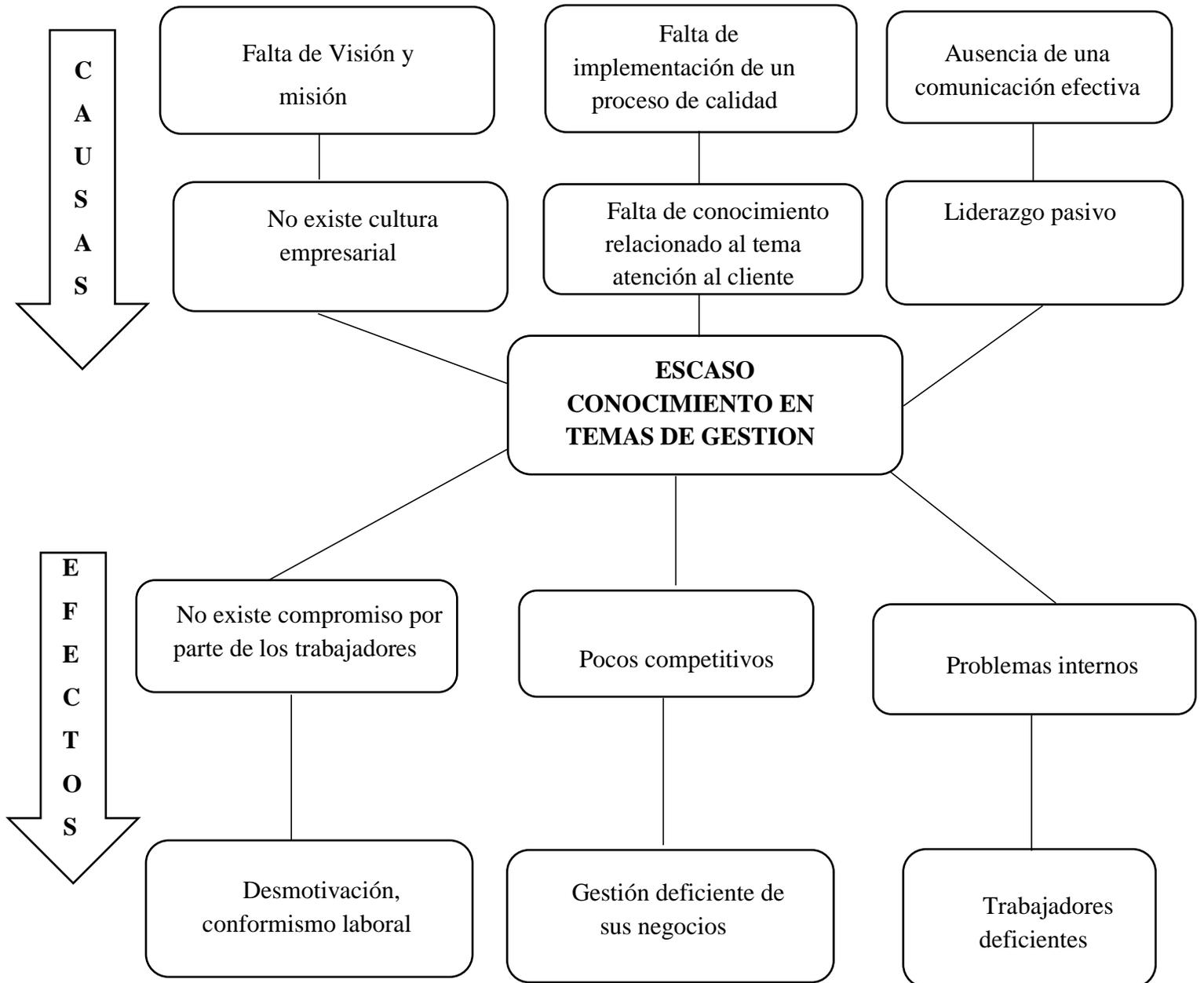
Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de las MYPE
Satisfacción al cliente en cuanto a la atención y trabajos realizados	La satisfacción de los clientes es regular
Infraestructura y equipos	Falta de modernización
Nivel de captación de clientes	Regular
Posicionamiento frente a la competencia	Se tienen desventajas

3. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Satisfacción al cliente	Atención regular en cuanto a las necesidades y expectativas de los clientes	Por falta de variedad de los servicios o productos a ofrecer.
Infraestructura	Falta mejorar la imagen del negocio	Poco interés por mejorar su imagen.
Capital Humano	Personal poco comprometido	Falta de capacitación y comunicación al personal
Posicionamiento frente a la competencia	Poco reconocimiento por parte del cliente	Falta de interés para invertir en publicidad

4. Causas

Árbol de Causa y efecto



1. Establecer Soluciones

1.1. Establecer acciones

INDICADORES	PROBLEMA	ACCIÓN DE MEJORA
Nivel de satisfacción al cliente	La satisfacción de los clientes es regular	Ofrecer un mejor servicio al cliente Como variedad de productos.
Capital Humano	Mucha rotación de personal	Seleccionar el recurso humano idóneo
Eficacia	Deficiencia de actividades planificadas, no se logran los resultados esperados	Planificar los trabajos del día
Posicionamiento frente a la competencia	Falta de estrategias de posicionamiento del negocio	Aplicar estrategias como el marketing.

1.2 Estrategias (que desean implementar)

N°	Acciones de mejorar a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Desarrollar un plan de un buen servicio al cliente	Resistencia al cambio	4 meses	Captar más clientes	El cliente
2	Invertir en publicidad	Resistencia al cambio	5 meses	Dar a conocer los servicios que la empresa ofrece	Mejorar como empresa
3	Seleccionar el recurso humano idóneo	No cuentan con una planificación estructura	2 meses	Ofrecer un mejor servicio	Mejorar como empresa
4	Capacitar a sus trabajadores en temas como atención al cliente y otros.	Resistencia al cambio	2 meses	Ofrecer un mejor servicio	El cliente

1.3 Recursos para la implementación de las estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Realizar y aplicar un plan de un buen servicio al cliente	Un especialista en gestiones administrativas	S/. 1,500		5 meses
2	Invertir en publicidad	Dueño de la empresa	S/. 500.00	Letreros luminosos, tarjetas personales	5 meses
3	Seleccionar el recurso humano idóneo	Dueño de la empresa			2 meses
4	Capacitar a los trabajadores en tema de atención al cliente y otros	Dueños de la empresa	S/. 200		2 meses

2. Cronograma de actividades

N°	TAREA	INICIO	FINAL	ENERO	DICIEMBRE
1	Aplicar el plan de buen servicio al cliente	01-01-19	29-05-20		
2	Invertir en publicidad	01-01-19	29-05-19		
3	Seleccionar el recurso humano idóneo	01-01-19	24-02-19		
4	Capacitar a sus trabajadores en temas como atención al cliente y otros.	01-01-19	24-02-19		

6. CONCLUSIONES

En su mayoría los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos, tienen una edad promedio entre 31 a 50 años de edad, la mayoría son de género femenino, tienen estudios secundarios completos, son dueños y administradores (encargados) con más de 4 a 6 años desempeñándose en el cargo y rubro. Esto indica que la mayoría de estas micro y pequeñas empresas están siendo gestionadas por personas adultas que si bien es cierto algunos de ellos no tienen el conocimiento para dirigir una empresa, pero tienen conocimientos básicos en su rubro y la experiencia como base para poder seguir sacando adelante sus negocios.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos, tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, sus negocios se crearon con el fin de generar ganancias, las personas que trabajan en su negocio son personas no familiares y la gran mayoría tienen de 1 a 5 trabajadores. Aunque les falta mucho por mejorar a estas micro y pequeñas empresas, se puede apreciar la gran acogida de clientes que tienen por lo que para no ser devoradas por la competencia tienen que enfocarse en brindar una mejor atención.

La gran mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos, no conocen el término de gestión de calidad, la gran mayoría no conocen técnicas de la gestión de calidad, creen que la gestión de calidad si contribuiría a mejorar el rendimiento de su negocio, dicen brindar una buena atención al cliente, creen que su empresa es eficiente a dar solución a los reclamos de sus clientes, creen que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado, conocen el término de atención al cliente y creen que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

Se elaboró un plan de mejora con la finalidad de que los representantes de estas micro y pequeñas empresas puedan aplicar estos conocimientos en sus negocios para que así puedan realizar una buena gestión y mejorar su rendimiento en el mercado.

7. RECOMENDACIONES:

Capacitarse en temas administrativos así aplicarlos en sus negocios, así obtener mejores resultados y seguir creciendo en este mercado que cada día es más exigente, también capacitarse en temas acerca de gestión de calidad y atención al cliente para seguir avanzando.

Aplicar técnicas de gestión de calidad, una de las técnicas atención al cliente, buscar y atender las exigencias y nuevas necesidades de sus clientes y de los posibles clientes para así poder dar un servicio de calidad. Responder correctamente ante las nuevas exigencias como es reducir tiempos, aprender a ganar tiempo y dinero.

Asumir el reto de cambiar, comprometiéndose con su negocio, equipo de trabajo, mejorando en sus procesos, aceptando que el tema atención al cliente es primordial para todo negocio no simplemente es el hecho de tratar con mucha amabilidad a las personas, también tiene que ver mucho con la imagen que trasmite la empresa en su entorno.

Aplicar un plan de mejora, lo cual va lograr ver su situación actual y va encontrar los problemas que se tienen su negocio, proponiéndose así objetivos a corto, mediano y largo plazo. Subsanando errores y fallas en sus servicios.

8. REFERENCIAS:

Arturo, R. (2011) *Concepto de calidad*. Recuperado de: <https://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/>

Antúñez, (2017). *Gestión de Calidad en la Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney 2016*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huarney, Perú.

Aniorte, N. (2013). *Servicios de Calidad*. Recuperado de: http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm

Baca, J. (2014). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Nuevo Chimbote, Perú.

Congreso de la Republica, (2013). *Ley 30056 que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Recuperado de http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI_LEY_30056/ley30056

Congreso de la Republica, (2003). *Ley 28015 de promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

Chamorro, S. (2016) *La importancia de contar con buenos sistemas de gestión de calidad*. Recuperado de: <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestion-calidad>

- Cabrera, M. (s.f) *Tipos de clientes*: Recuperado de: <https://www.marianocabrera.com/8-tipos-de-clientes-y-como-atenderlos/>
- DaSilva, K. (2018). *El concepto de servicio al cliente*. Recuperado de: <https://www.cuidatudinero.com/13083358/el-concepto-de-servicio-al-cliente>
- Raffino, M. (2018) *Servicio al cliente*. Recuperado de: <https://concepto.de/servicio-al-cliente/>
- EAE Business School (2018). Estrategias de servicio al cliente. Recuperado de: <https://retos-directivos.eae.es/5-estrategias-de-servicio-al-cliente/>
- Egas, M. (2017). *El 95% de las empresas en el país son mipymes*. Recuperado de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/88/8/el-95-de-las-empresas-en-el-pais-son-mipymes>
- El Dinero (2015) *¿Por qué fracasan las pymes en Colombia?*. Recuperado de: <https://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958>
- El correo (2014). *Cada año cierran el 30% de las PYMES que se crean*. Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/economia/cada-ano-cierran-el-30-de-las-pymes-que-se-8085/>
- Figuroa E. (2009) *Servicio al cliente*. Recuperado de: <http://servicioalcliente.blogspot.blogspot.pe/p/conceptos-de-autoressobre-servicio-al.html>
- Gestión, (2014). *Mypes peruanas necesitan fomentar la innovación comercial*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/mypes-peruanas-necesitan-fomentar-innovacion-comercial-70549>
- Gestión, (2015). *Emprendimiento en el Perú se origina más por oportunidad de negocio que por desempleo*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/emprendimiento-peruorigina-oportunidad-negocio-desempleo-80578>

Gestión, (2012). *Diez claves para ofrecer un buen servicio al cliente*. Recuperado de: <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/diez-claves-ofrecer-buen-servicio-cliente-24839-noticia/>

Gilberto, J. (2009). *Análisis y propuestas para la formalización de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos41/formalizacion-pymes/formalizacion-pymes2.shtml>

González, N. (2009). *Empresas pequeñas, empresarios grandes*. Argentina: El Cid Editor | apuntes, 2009. ProQuest ebrary. Web. 05 de Mayo. Copyright © 2009.

González, H. (2015). *“La nueva Iso 9001: 2015”*. Recuperado de: <https://calidadgestion.wordpress.com/tag/principios-de-gestion-de-calidad/>

Hermida, M. (2017). *Por qué es importante la calidad en la gestión empresarial*. Recuperado de: <http://blog.eude.es/por-que-es-importante-calidad-en-gestion-empresarial>

INACAL, (2016). *Solo 1% de empresas en el Perú cuenta con sistemas de gestión de calidad*. Recuperado de: <https://www.inacal.gob.pe/principal/noticia/solo-de-empresas-en-el-peru>

Jiménez, A. (2015) *15 estrategias para mejorar el servicio al cliente*. Recuperado de: <https://www.elfinancierocr.com/pymes/gerencia/15-estrategias-para-mejorar-el-servicio-al-cliente/HIBCMOCOINC4PNCCOYHWQN24MI/story/>

Luna, K. (2016) *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en el distrito de nuevo Chimbote, 2013*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Nuevo Chimbote, Perú.

Marker, G. (2013) *Casi la mitad de las Pymes mexicanas fracasan por una mala gestión*. Recuperado de: <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35717/casi-la-mitad-delas-pymes-mexicanas-fracasan-por-una-mala-gestion/>

Nueva Empresa, (2015). *Aunque pierde calidad, el emprendimiento se estabiliza en España*. Recuperado de: <http://www.nuevaempresa.com/emprendimiento-estabilizado-en-nuestro-paiaunque-pierde-calidad-el-emprendimiento-se-estabiliza-en-espana/>

Nueva ISO 9001: 2015, (2019). *¿Cuáles son las reglas a seguir en el nuevo Sistema de Gestión de Calidad*. Recuperado de: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2019/01/cuales-son-las-reglas-a-seguir-en-el-nuevo-sistema-de-gestion-de-calidad/>

NU. CEPAL. (2013). *Cómo mejorar la competitividad de las PYMES en la Unión Europea y América Latina y el Caribe: propuestas de política del sector privado*. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/3094>

Ocaña, K. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, año 2016*. (Tesis de pregrado). Escuela Profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles, Trujillo, Perú.

Perez, J. & Gardey, A. (2014). *Definición “Sistema de gestión de calidad”*. Recuperado de: <https://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>

Polo, D. (S/f) *Atención al Cliente – Cómo ofrecer un buen servicio*. Recuperado de: <https://www.emprender-facil.com/es/atencion-al-cliente-un-buen-servicio/>

Rivas, E. (2016). *Estos son los 5 retos que tienen las pymes en la actualidad*. Revista EKA. Recuperado de: <http://www.ekaenlinea.com/estos-son-los-5-retos-que-tienen-las-pymes-en-la-actualidad/>

Ríos, M. (2015). *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de Huanchaco, año 2014. (Tesis de Pregrado)*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Nuevo Chimbote, Perú.

Riquelme, M. (2017) *Gestión de calidad*. Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/que-es-la-gestión-de-calidad/>

Vásquez, R. (2017) *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, Chimbote, año 2016. (Tesis de Pregrado)*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Nuevo Chimbote, Perú. NUEVO

Vasallo, S. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. (Tesis de pregrado)*. Escuela Profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Villar, P. (2017) *ComexPerú: Mypes siguen aumentando, pero formalización no avanza*. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/informalidad-micro-pequenos-negocios-peru-noticia-noticia-448518>

Ytuarte, S. (2015) *Grecia: emprender para superar la crisis. Diario Ámbito*. Recuperado de: <http://www.ambito.com/804563-grecia-emprender-para-superar-la-crisis>

ANEXOS

Anexo 1

Cronograma de actividades para la elaboración del Informe de tesis

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	Año 2019															
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	x															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		x														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			x													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				x												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					x											
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información						x										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							x									
8	Recolección de datos								x								
9	Presentación de resultados									x	x						
10	Análisis e Interpretación de los resultados											x					
11	Redacción del informe preliminar												x				
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													x			
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													x			
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación														x		
15	Redacción de artículo científico															x	x

Anexo 2

Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros			
• Impresiones	24.00	4	96.00
• Fotocopias	0.05		10.00
• Empastado	50.00	1	50.00
• Taller de tesis	3,100.00		3,000.00
Servicios			
• Uso de turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			3,256.00
Gastos de Pasajes			
• Pasajes para recolectar la información	2.60	4	10.4
Sub Total			10.4
Total de presupuesto desembolsable			3,366.40
Presupuesto No desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub Total			400.00
Recurso Humano			
• Asesoría Personalizada	63.00	4	252.00
Sub Total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			S/. 3,918.4

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante.

Anexo 3

CUADRO DE SONDEO

Lista de empresas encuestadas

N°	RAZON SOCIAL	DIRECCION	REPRESENTANTE
1	MULTISERVICIOS MI ANGEL	AV. PARDO Nro 515 Casco Urbano (Stand 5) Chimbote, Ancash, Santa	Information anónima
2	MULTISERVICIOS MARTIN	Jr. Villavicencio 362 Centro Cercado, Chimbote, Ancash Santa	Jose Martin Salinas Ipanaque
3	COPYMAKET IMPORT	AV. PARDO Nro 553 Cercado, Chimbote, Ancash, Santa	Información anónima
4	COPY CENTER	AV. PARDO Nro 512 Cercado, Chimbote, Ancash, Santa	Información anónima
5	MULTISERVICIOS BENDI	AV. PARDO Nro 515 Casco Urbano (Stand 1) Chimbote, Ancash, Santa	Información anónima
6	COPY MAX	Av. Pardo 515 – INT B Chimbote, Ancash, Santa	Información anónima
7	MARIO BROSS	Av. Pardo 516 - Chimbote, Ancash, Santa	Información anónima
8	SOLUCIONES GRAFICAS J & L	AV. PARDO Nro 515 Casco Urbano (Stand 3 Y 4) Chimbote, Ancash, Santa	Información anónima
9	COPY MARC	Av. Pardo 515 – INT A Chimbote, Ancash, Santa	Información anónima
10	MULTISERVICIOS M & M	Jr. Villavicencio 302 Centro Cercado, Chimbote, Ancash Santa	Información anónima

CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro actividades de impresión fotocopiado y digitalización de documentos. Para Obtener el grado 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

**1.3. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCION AL
CLIENTE**

13. Conoce el termino atención al cliente

- a) Si
- b) Se conoce poco
- c) No se conoce

14. ¿Cree Ud. que la atención al cliente es fundamental para que este regrese a su establecimiento?

- a) Si
- b) Un poco
- c) No

15. ¿La atención que brinda a sus clientes es?

- a) Buena
- b) Regular
- c) Mala

16. ¿Cree Ud. que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?

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

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

- a) Si
- b) Un poco
- c) No

FIGURAS

1. Referente a las características de los representantes de las MYPE.

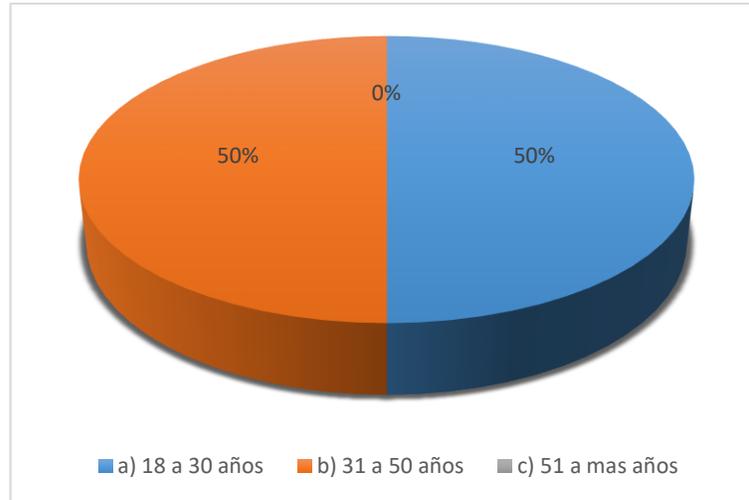


Figura 1. Edad del representante

Fuente Tabla 1

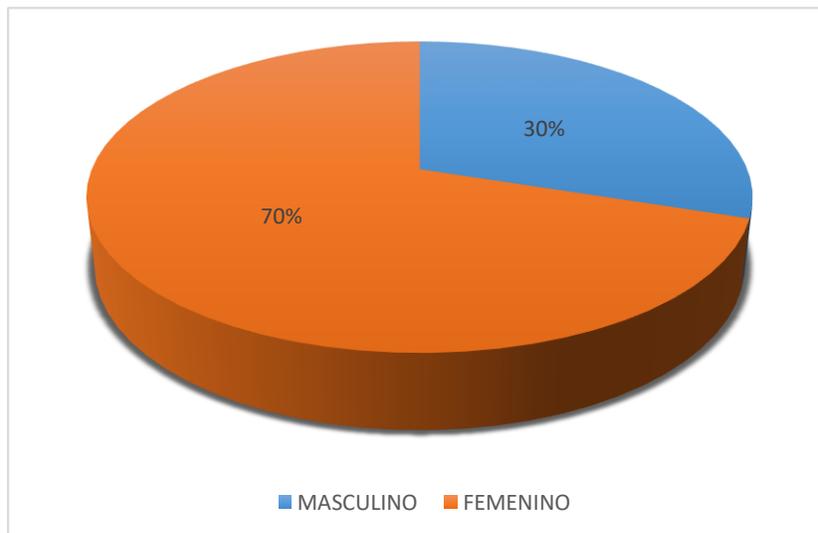


Figura 2. Genero del representante

Fuente. Tabla 1

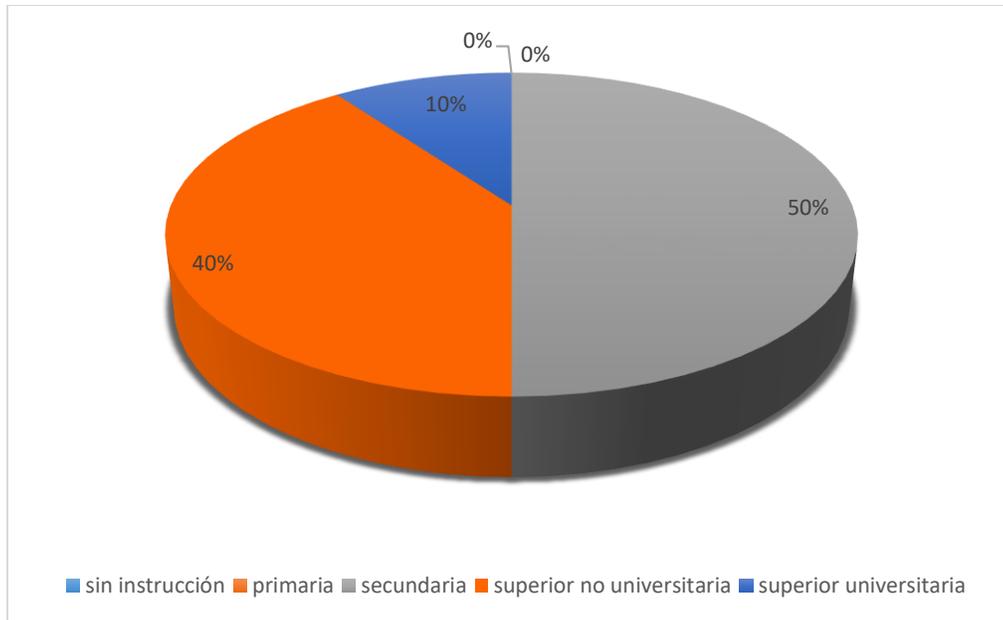


Figura 3. Grado de Instrucción

Fuente. Tabla 1

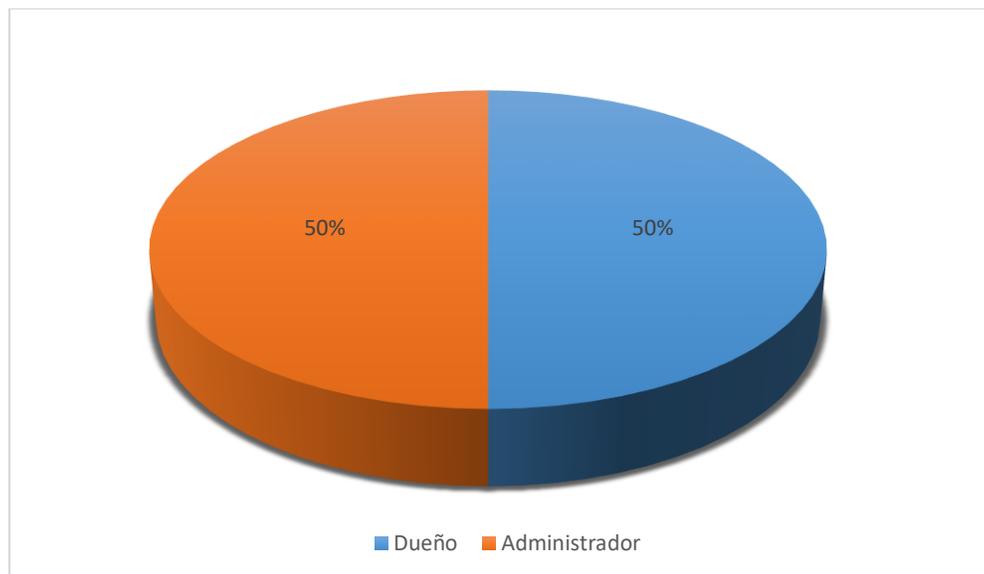


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

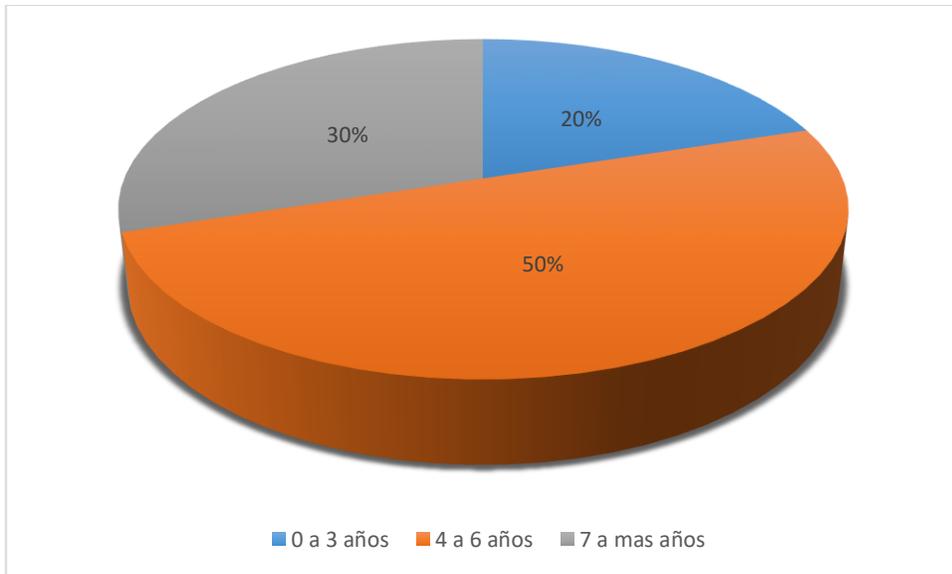


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente. Tabla 1

2. Referente a las características de las MYPE.

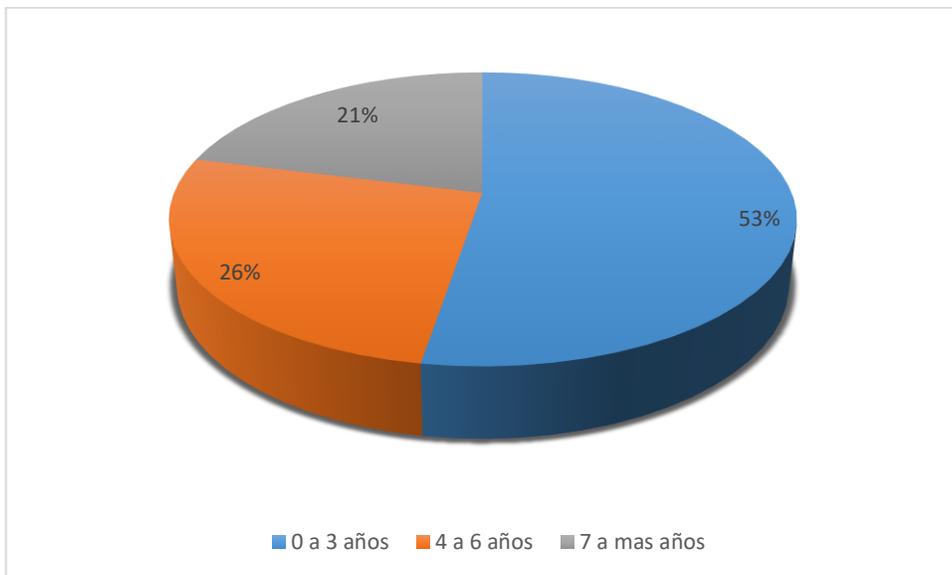


Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro

Fuente. Tabla 2

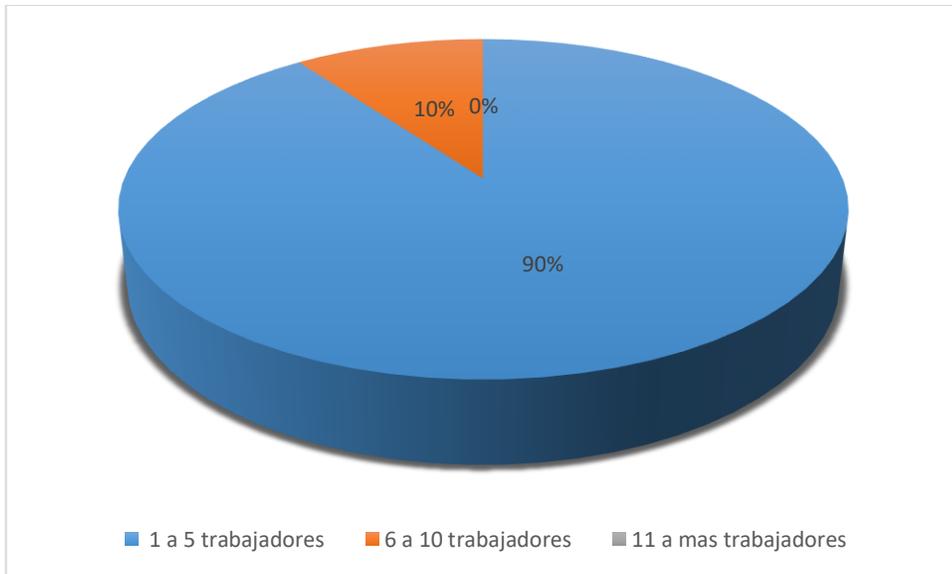


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

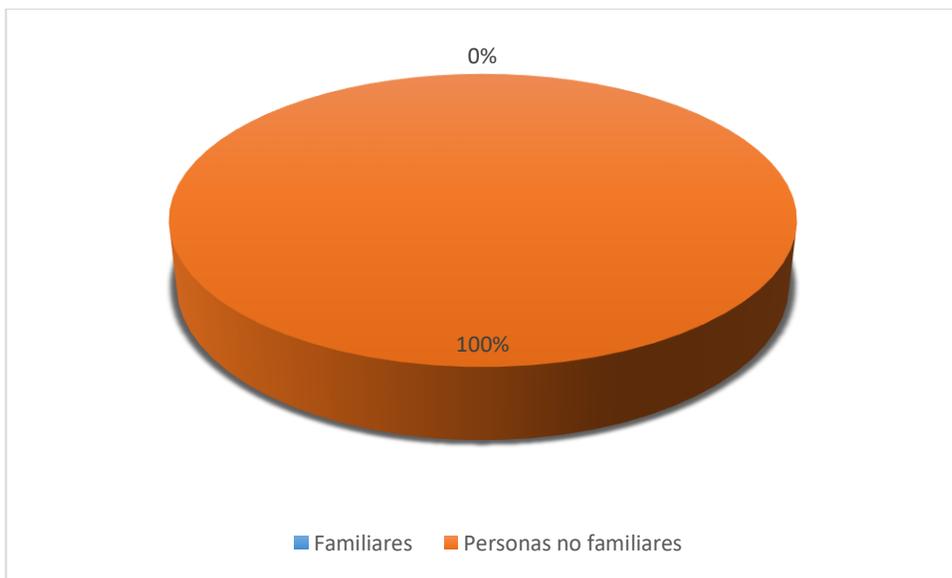


Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son:

Fuente. Tabla 2

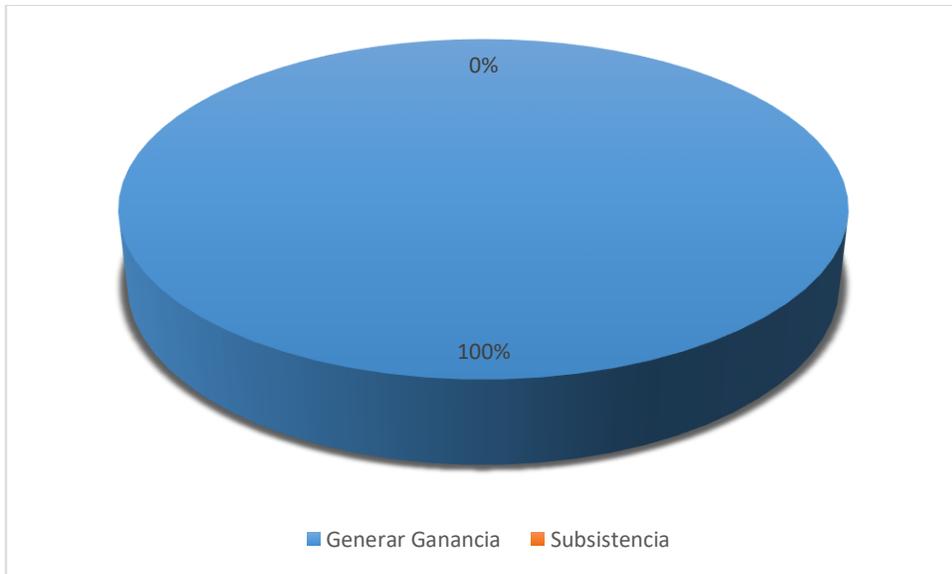


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 2

3. Referente a las características de Gestión de calidad y atención al cliente

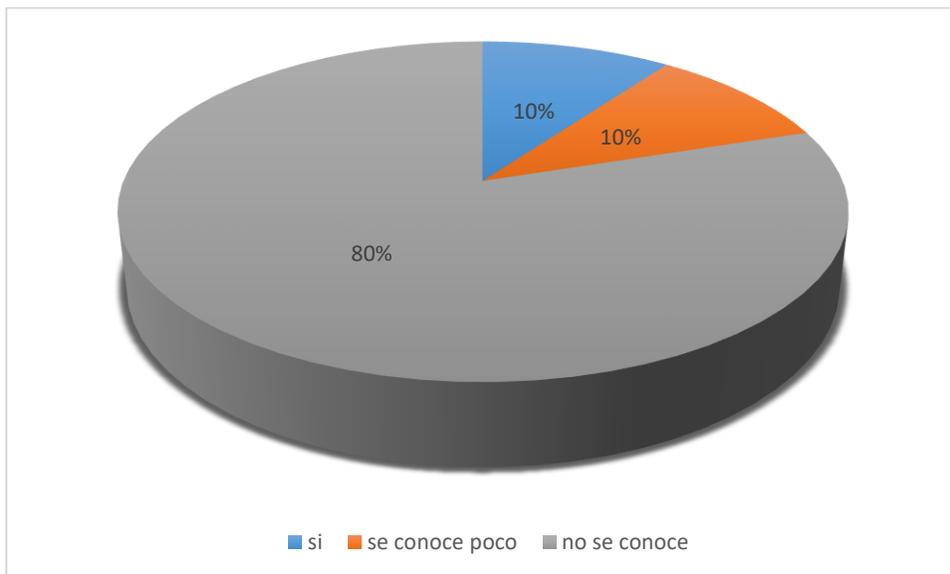


Figura 10. Conoce el termino de gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

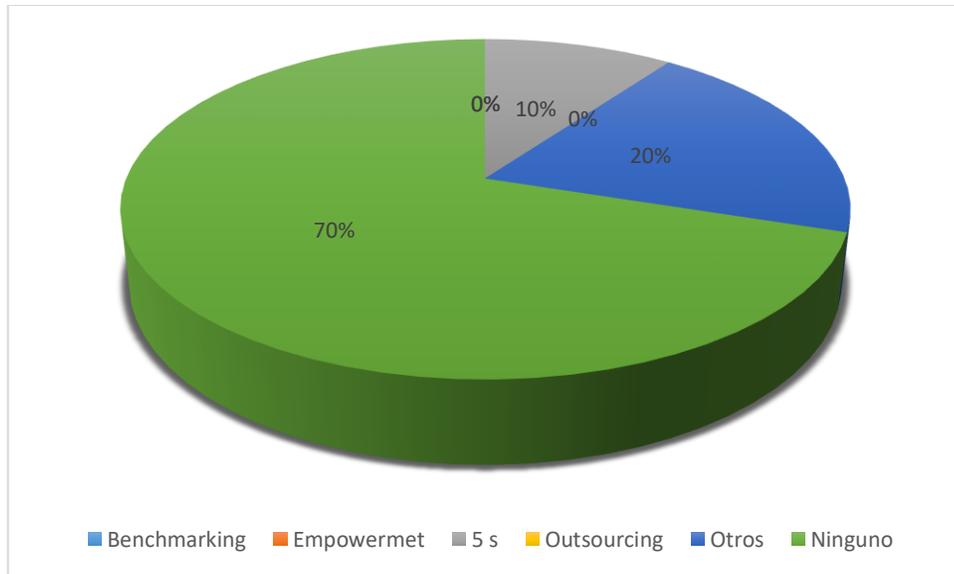


Figura 11. Que técnicas de gestión de calidad conoce

Fuente. Tabla 3

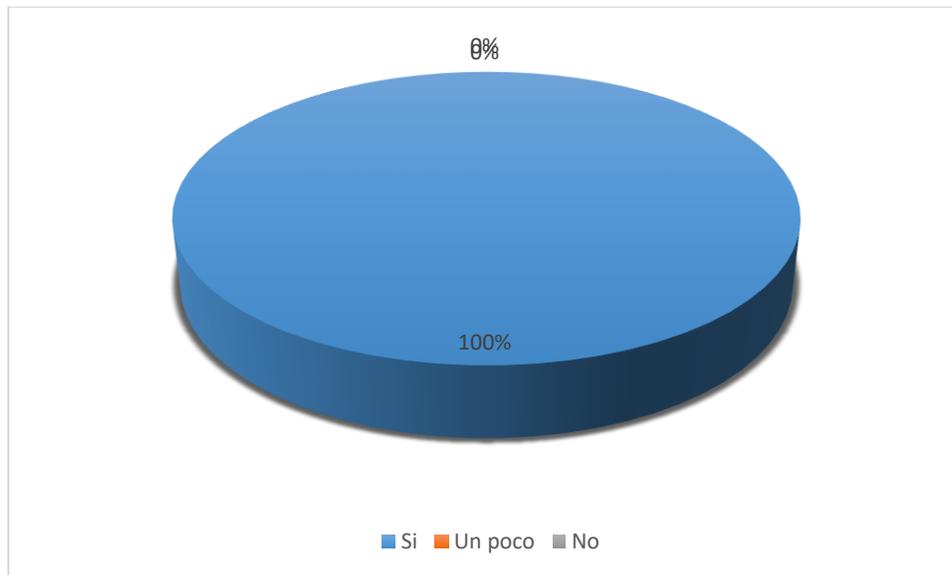


Figura 12. Cree Ud. Que la Gestión de calidad, contribuiría a mejorar el rendimiento de su negocio.

Fuente. Tabla 3

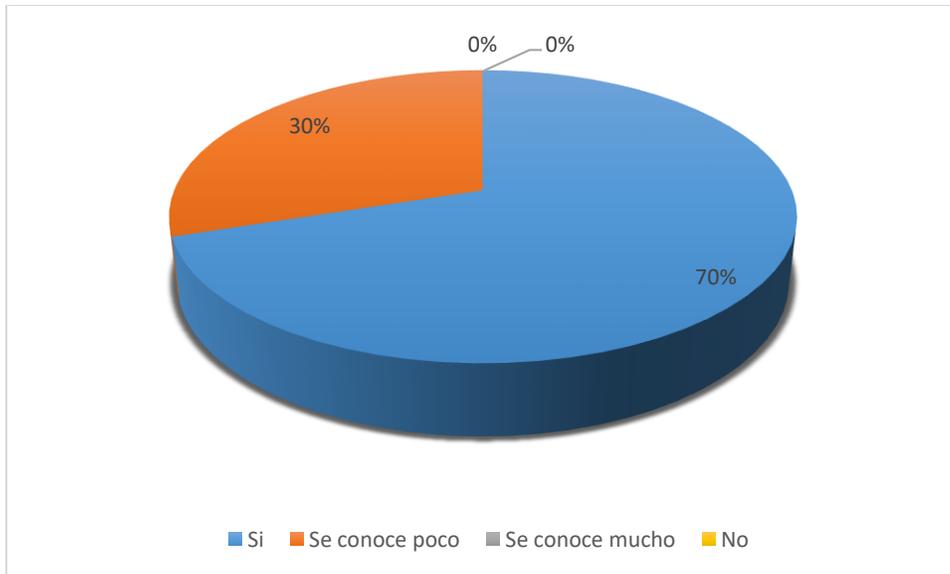


Figura 13. Conoce el termino gestión al cliente

Fuente. Tabla 3

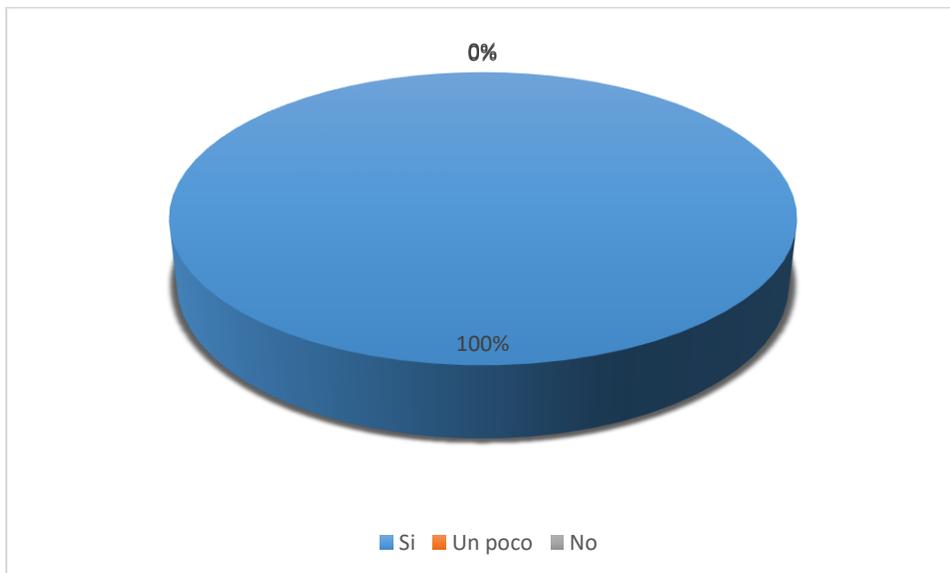


Figura 14. Cree Ud. Que la atención al cliente es fundamental para que este regrese a su establecimiento.

Fuente. Tabla 3

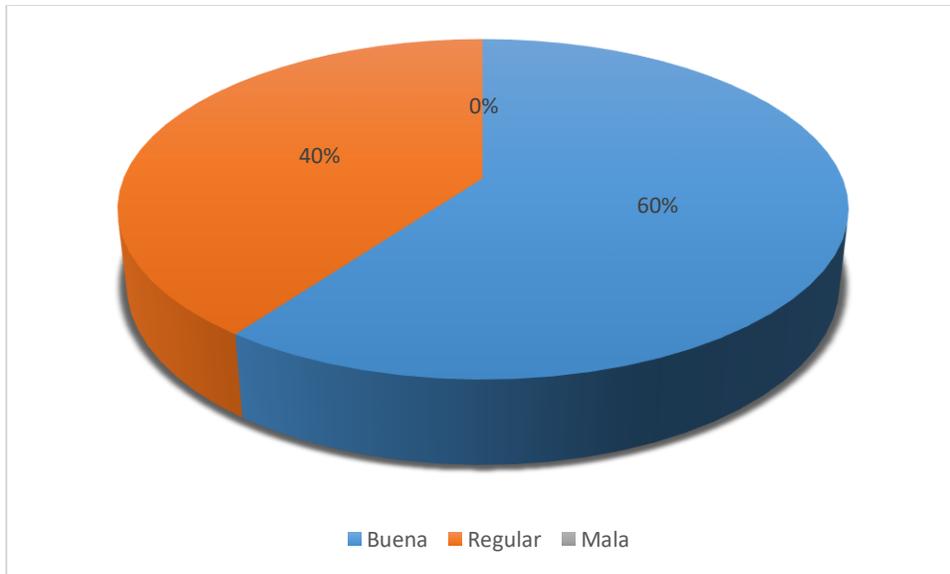


Figura 15. La atención que brinda a sus clientes

Fuente. Tabla 3

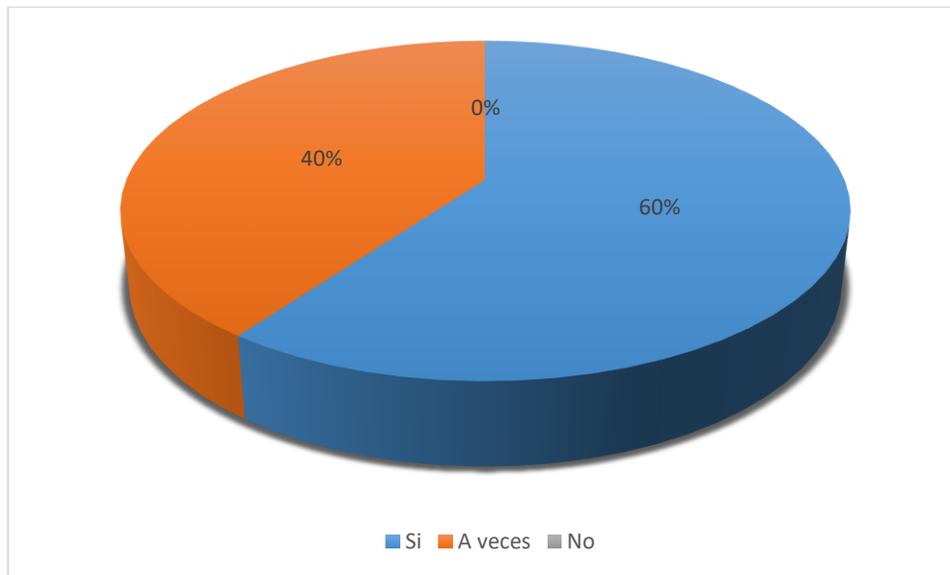


Figura 16. Cree Ud. Que su empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes.

Fuente. Tabla 3

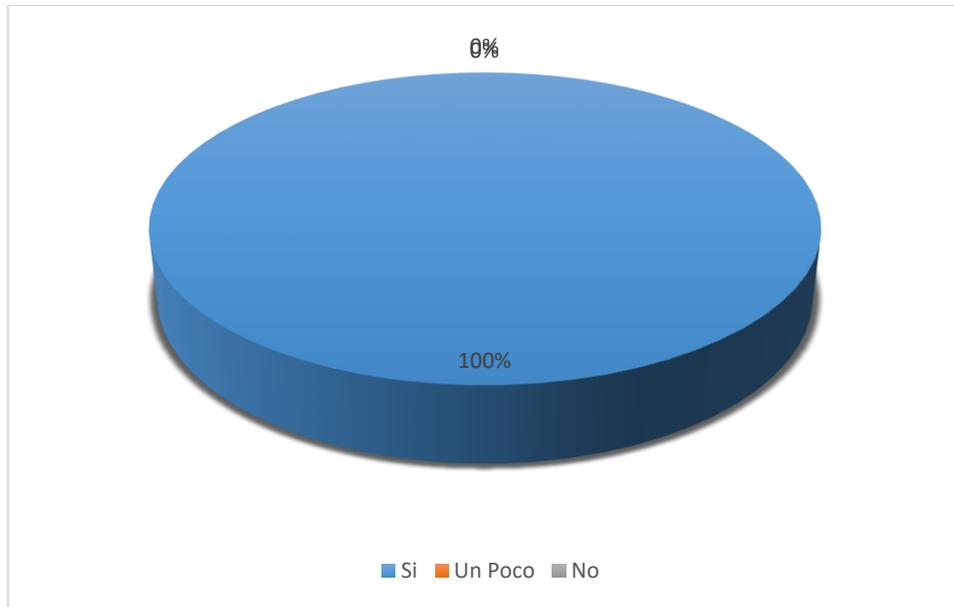


Figura 17. Cree Usted que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

Fuente. Tabla 3