



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL
CLIENTE DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN
EL SECTOR SERVICIO RUBRO – MANTENIMIENTO DE
AUTOS DISTRITO DE CHIMBOTE PROVINCIA DEL
SANTA 2017 .CASO DE LA EMPRESA SOMERESA EIRL

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

AUTOR

LUIS RANDY ZA VALETA AZABACHE

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARÍAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE-PERU

2018

JURADO EVALUADOR

Dr. José Germán Salinas Gamboa

Presidente

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la fortaleza necesaria para mantenerme firme durante todo mi camino, superando obstáculos a lo largo de toda mi experiencia académica.

Agradezco sinceramente a mi asesor de taller, DTI.MGT Carlos Enaldo Rebaza Alfaro por sus conocimientos, orientaciones, paciencia y motivación que han permitido que logre culminar este trabajo.

A mi madre por su esfuerzo y motivo de lucha diaria, por quien he logrado concluir con éxito este proyecto que en un principio parecía inalcanzable.

DEDICATORIA

Dedico primeramente mi trabajo a
Dios, el creador de todas las cosas.

De igual forma, dedico a mis dos madres
que han sabido formarme con buenos
hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a
salir adelante en los momentos más
difíciles.

A mi familia que siempre ha
estado junto a mí, brindándome su
apoyo incondicional.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tubo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector de servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del santa 2017. Caso de la empresa Someresa EIRL se ha desarrollado utilizando la investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, para llevar a cabo se escogió una muestra poblacional de 19 mypes representando el 100% de la población de las cuales se les aplico un cuestionario de 25 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniendose los siguientes resultados: respecto a los representantes de la empresas: el 52.63% de los representantes encuestados tienen de 40 años a menos de 50 de edad y el 89.47% de los representantes encuestados son de sexo masculino . Respecto a las micro y pequeñas empresas: el 94.74% de cada empresa de mantenimiento de autos tiene 6 a mas años en el rubro. .Respecto a la gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente: el 100% de los representantes de cada empresa de mantenimiento de autos si realiza una gestión de calidad. Y llegando a la conclusión: que La mayoría de las mypes en estudio incluido al caso los representantes son de género masculino (89.47), Realiza una gestión de calidad la empresa (100%).

Palabras clave: atención al cliente, gestión de calidad, representante

ABSTRACT

The present research work has as a general objective: Determine the main characteristics of the quality management in the customer service of the Mype in the sector of service sector - car maintenance district of Chimbote province of santa 2018. Case of the company of Self-service Someresa EIRL has been developed using quantitative research, descriptive level, non-experimental-transversal design, to carry out a population sample of 19 mypes was chosen representing 100% of the population of which a questionnaire was applied. 25 questions, using the technique of the survey, recognizing the following results: with respect to the representatives of the companies: 52.63% of the surveyed representatives are from 40 years old to less than 50 years old and 89.47% of the representatives surveyed are from male sex Regarding micro and small companies: 94.74% of each car maintenance company has 6 more years in the field. . Regarding quality management under the customer service model: 100% of the representatives of each car maintenance company if they perform quality management. And reaching the conclusion: that Most of the mypes in study included in the case representatives are male (89.47), The company performs quality management (100%).

Keywords: representative, quality management, customer service

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Hoja de firma del jurado evaluador	ii
3. Agradecimiento/Dedicatoria	iii
4. Resumen/Abstract	iv
5. Contenido	v
6. Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	01
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	04
2.1 Antecedentes	04
2.2 Bases teóricas	10
2.3 Marco conceptual.....	15
III. HIPOTESIS	18
IV. METODOLOGÍA	19
4.1 Diseño de la investigación	19
4.2 Población y muestra	19
4.3 Definición y operacionalización de variables.....	20
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
4.5 Plan de análisis	24
4.6 Matriz de consistencia.....	25
4.7 Principios éticos	27
V. RESULTADOS	28
5.1 Resultados	28
5.2Análisis de los resultados	33
VI. CONCLUSIONES.....	39
6.1 Aspectos complementarios.....	40
6.2 Referencias bibliográficas	41
6.3 Anexos.....	44

ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS

Tabla 1. Características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresa del sector servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del santa 2018. Caso de la empresa SOMERESA EIRL.....	28
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del santa 2018. Caso de la empresa SOMERESA EIRL.....	29
Tabla 3. Características de la gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del santa 2018. Caso de la empresa SOMERESA EIRL	30
Acerca del Gerentes y/o Representantes legales:	
Figura 1 (tabla 1) Edad del representante	49
Figura 2 (tabla 1) género del representante	49
Figura 3 (tabla 1) Grado de instrucción	50
Figura 4 (tabla 1) Cargo que desempeña en la empresa	50
Acerca de las MYPES:	
Figura 5 (tabla 2) tiempo que tiene la empresa en el mercado	51
Figura 6 (tabla 2) finalidad por la cual se creó la empresa	51
Figura 7 (tabla 2) la empresa cuenta con otro local comercial.....	52
Figura 8 (tabla 2) visión y misión de la empresa.....	52
Acerca de la Gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente:	

Figura 8 (tabla 3) conoce lo que es gestión de calidad.....	52
Figura 9 (tabla 3) realiza una gestión de calidad la empresa	53
Figura 10 (tabla 3) la empresa planifica gestión de calidad	53
Figura 11(tabla 3) servicio de calidad con respecto a su competidor	54
Figura 12 (tabla 3) proceso establecido de la empresa en la atención al cliente	54
Figura 13 (tabla 3) la empresa satisface necesidades del cliente.....	55
Figura 14 (tabla 3) fidelizacion de los clientes	55
Figura 15 (tabla 3) libros de reclamaciones de la empresa	56
Figura 16 (tabla 3) amplia información del servicio que brinda la empresa	56
Figura 17 (tabla 3) área para decepcionar los reclamos del cliente dentro de la	57
Figura 18 (tabla 3) comprende a los clientes que visitan a su empresa	57
Figura 19 (tabla 3) canales de comunicación que usa con los cliente	58
Figura 20 (tabla 3) canales de comunicación para relacionarse con los clientes	58
Figura 21 (tabla 3) nivel de satisfacción que realiza la empresa ante los clientes	59
Figura 22 (tabla 3) capacitación que brinda la empresa para una buena atención al cliente	59
Figura 23 (tabla 3) tareas y responsabilidades que el personal tiene para brindar	60
Figura 24 (tabla 3) implemento de seguridad que tiene la empresa	60

Acerca del Representante (caso de la empresa Someresa EIRL)

Figura 25 (tabla 1) Edad del representante	61
Figura 26 (tabla 1) género del representante	61
Figura 27 (tabla 1) Grado de instrucción	62
Figura 28 (tabla 1) Cargo que desempeña en la empresa	62
Acerca de las MYPES (caso de la empresa Someres EIRL)	
Figura 29 (tabla 2) tiempo que tiene la empresa en el mercado	63
Figura 30 (tabla 2) finalidad por la cual se creó la empresa	63
Figura 31 (tabla 2) la empresa cuenta con otro local comercial.....	64
Figura 32 (tabla 2) visión y misión de la empresa.....	64
 Acerca de la Gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente (caso de la empresa Someres EIRL)	
Figura 32 (tabla 3) conoce lo que es gestión de calidad.....	64
Figura 33 (tabla 3) realiza una gestión de calidad la empresa	65
Figura 34 (tabla 3) la empresa planifica gestión de calidad	65
Figura 35 (tabla 3) servicio de calidad con respecto a su competidor	66
Figura 36 (tabla 3) proceso establecido de la empresa en la atención al cliente	66
Figura 37 (tabla 3) la empresa satisface necesidades del cliente.....	67
Figura 38 (tabla 3) fidelización de los clientes	67
Figura 39 (tabla 3) libros de reclamaciones de la empresa	68
Figura 40 (tabla 3) amplia información del servicio que brinda la empresa	68
Figura 41 (tabla 3) área para decepcionar los reclamos del cliente dentro de la	

.....	69
Figura 42 (tabla 3) comprende a los clientes que visitan a su empresa	69
Figura 43 (tabla 3) canales de comunicación que usa con los cliente	70
Figura 44 (tabla 3) canales de comunicación para relacionarse con los clientes	70
Figura 45 (tabla 3) nivel de satisfacción que realiza la empresa ante los clientes	71
Figura 46 (tabla 3) capacitación que brinda la empresa para una buena atención al cliente	71
Figura 47 (tabla 3) tareas y responsabilidades que el personal tiene para brindar	72
Figura 48 (tabla 3) implemento de seguridad que tiene la empresa	72

I. INTRODUCCION

Las micros y pequeñas empresas es un sistema económico que tiene como principal objetivo el desarrollo de actividades financieras y comercialización de productos y/o servicios. En la actualidad las micro y pequeñas empresas forman una gran parte en el desarrollo económico del país y son alternativa de empleo para cualquier sector comercial.

Donde en el Perú nueve de cada diez empresas son micro y pequeñas (MYPES) y aportan el 21,6% del PBI local, estimó la Sociedad de Comercio Exterior del Perú. Sin embargo, Jessica Luna, gerente general del premio empresarial, advirtió que el 83,1% del total de micro y pequeñas empresas del país son informales. (La República, 2016, p.1)

Actualmente, en el Perú, las micro y pequeñas empresas (MYPES) aportan, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno, son una de las mayores potencia doras del crecimiento económico del país. (Marcelo, 2016, p.1)

A si mismo las regiones que superaron el promedio de participación regional de las MYPES fueron Huánuco (94%), Madre de Dios (88,1%), Huancavelica (87,6%), Ayacucho (82,8%), Loreto (82,3%), Ica (82,2%), Pasco (77,9%) y Cajamarca (71,9%). La región que no supero el promedio de participación de la MYPES representa el 98,6% del total de empresas y contribuyen con el 42,1% de PBI nacional. (La República, 2012, p.1)

La gran mayoría de las micro y pequeñas empresas hacen uso de la tecnología para un mejor desarrollo social y económico donde buscan cada día una mejor gestión.

Según los informes de Reinerio 2013(Citado por Hernández, 2008) afirma que, en Latinoamérica las MYPES representan el 97,56% del total de empresas, y frente a esto, sus Estados buscan mejorar su competitividad y gestión, promoviendo leyes favorables para su capacitación, asistencia técnica, facilidad de mercados, innovación y acceso a tecnología.

En Chile hay algo más de 1.4 millones de micro y pequeñas empresas incluidos los trabajadores por cuenta propia. Sin embargo aproximadamente la mitad de ellas son informales. Así, el total de MYPES formales en el año 2003 indica un número de 676.068 empresas, con una participación de un 96,9% a nivel nacional, obteniendo \$17.361.341 de ganancias. (Acevedo, 2017, p.1)

Cada punto planteado nos hace referencia donde cada mype ya sea internacional o nacional nos hace saber su importancia de su crecimiento económico ya que desempeñan un papel fundamental dentro de la economía formando una buena gestión de calidad y un servicio al cliente adecuado.

En la presente investigación, se usara la siguiente metodología: Tipo de Investigación, será cuantitativa y de nivel descriptiva, con un diseño transversal y no experimental.

De tal manera los resultados de la presente investigación, servirán para realizar una comparativa con los antecedentes. Por lo anteriormente expuesto se plantea el siguiente problema de investigación

¿Cuales son las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector de servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del santa 2017. Caso de la empresa SOMERESA EIRL?

Para dar respuesta y/o solución a este problema, se planteo el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector de servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del santa 2017. Caso de la empresa SOMERESA EIRL, para conseguir el objetivo general se ha planteado los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas en el sector de servicio rubro-mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia Del Santa 2017. Caso de la empresa SOMERESA EIRL.

- Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas en el sector de servicio rubro-mantenimiento de autos. Distrito de Chimbote provincia Del Santa 2017. Caso de la empresa SOMERESA EIRL.
- Realizar un análisis comparativo de las características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector de servicio rubro-mantenimiento de autos. Distrito de Chimbote provincia Del Santa 2017. Caso de la empresa SOMERESA EIRL.

Este trabajo de investigación nos permite identificar las características del representante de la empresa de la MYPE en el sector de servicios atención al cliente.

Así mismo también permite describir las principales característica de la MYPE en el sector de servicio atención rubro-mantenimiento de autos. Distrito de Chimbote provincia Del Santa 2017. Caso de la empresa de autoservicio SOMERESA EIRL.

Y así conocer y determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, para identificar los problemas relacionados a atención al cliente y aplicar posibilidades de mejoras.

También la investigación se justifica porque nos permite determinar las características de la gestión de calidad bajo enfoque de atención al cliente, para identificar los problemas relacionados y aplicar posibilidades de mejoras.

También sirve como ayuda para los estudiantes que en un futuro quieran formar su propio micro y pequeña empresa.

Finalmente el trabajo de investigación se justifica porque nos servirá como guía o fuente de investigación para lograr realizar estudios científicos para mejorar los posibles problemas en las empresas sobre la atención al cliente.

II. REVISION DE LITERATURA

Antecedentes

- Rubio (2104) La presente investigación titulado: “Calidad en el servicio de atención al cliente de las Mypes, rubro financiero, del distrito de Otuzco, provincia de Otuzco, año 2013”. Esta investigación tiene como Objetivo General “Determinar la influencia de la Calidad en el Servicio de Atención al cliente que brindan las Mypes”. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 20 clientes de entre 05 microempresas.

El resultado: de dicha encuesta fue la siguiente: - Perfil de los clientes: El 60% de los prestatarios son convivientes y el 80% de ellos solo tienen solo nivel primario. - Calidad de atención e importancia del asesoramiento antes y durante de la operación: El 60% califica a la Mypes con una regular calidad de atención, el 50% opina que es muy importante el asesoramiento antes y después de cada operación, el 50% califico a la Mypes con un buen indicador económico (tasas de interés, facilidades de pago y tipos de préstamo). - Grado de satisfacción de los clientes con los servicios de la Mypes: De los clientes encuestados, el 65% expreso que se siente satisfecho con los servicios de la Mypes y el 60% está de acuerdo en recomendar los servicios de la Mype a otras personas.

Conclusiones: El entorno de la alta competencia de los mercados, exige que las empresas para ser exitosas, ya no pueden ser dirigidas empíricamente como la mayoría de Mypes lo hace, puntos clave para que sean exitosas son: la calidad de servicio y excelencia en la atención al cliente.

- Balarezo (2015) La presente investigación es titulada “Financiamiento y la atención al cliente de las MYPE rubro tiendas musicales en la ciudad de Piura al 2013”, y por objetivo general conocer las características del financiamiento y la atención al cliente de estas MYPE. Se usó una metodología cuantitativa de corte transversal y para el recojo de información se aplicó un cuestionario

de preguntas cerradas claves a las empresas y a las personas que las concurren

Resultados: de la investigación de atención al cliente “¿Es importante que las empresas consideren a la Atención al cliente como una herramienta eficaz para su negocio?”, se obtiene que: Un 91%, “¿Es importante que las empresas consideren a la Atención al cliente como una herramienta útil para su negocio?”, se obtiene que: Un mismo 91%, “¿Cree que la atención que se brinda es considerada como una estrategia empresarial?”, se obtiene que: El 90%,a “¿Cree que las MYPE pueden generar competencia gracias a una buena atención?”, se obtiene que: Un 93%, “¿Su necesidad como cliente al adquirir un producto incluye una buena atención por parte de estas MYPE?”, se obtiene que: Un 88%, “¿Su satisfacción como cliente depende de una atención personalizada?, se obtiene que: El 84%, “¿Qué aspecto deben considerar siempre estas MYPE para brindar una mejor atención?”, se obtiene que: Un 40%, “¿La persona que lo atiende resuelve sus dudas en todo momento?”, se obtiene que: Un 74%, “¿Los productos que se le ofrecen son de calidad y al mejor precio?”, se obtiene que: Al tratarse de calidad y buen precio, el 67%, “¿Se le brinda una información completa y detallada de los productos que adquiere?”, se obtiene que: Un 60%, “¿Usted como cliente siente satisfacción después de su compra y motivado a volver?”, se obtiene que: Un 59%,

Conclusiones: La buena atención al cliente genera nueva clientela y mantiene la lealtad de los propios. Las MYPE en estudio no cuentan con trabajadores y son los mismos microempresarios los que brindan la atención, llegando ser los únicos impulsores de su negocio, pero aun así es un motivante para que estos puedan llegar a sus clientes de manera positiva y seguir brindando productos de calidad.

Está visto que una buena atención es sin duda una herramienta útil para cualquier empresa así como la eficiencia está formando parte del vocabulario de quienes forman parte de estas MYPE y donde reconocen la importancia del cliente y el trato que se les debe brindar en miras de llegar a los objetivos

trazados de estas MYPE. La atención al cliente se muestra como un indicador.

- Rubio (2016) la presente investigación es titulada: La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016 tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre Gestión de Calidad y los Factores Demográficos en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C., Chimbote, 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó una investigación de nivel relacional, con un enfoque cuantitativo y de diseño no experimental transversal.

Resultados: la mayoría de los pacientes son de sexo masculino (63.8%); el 43.2% registran una edad de 37 a 50 años; más de la mitad (53.5%) indica tener estudio superior universitario; la mayoría de ellos (67%) son trabajadores; el 62.2% son casados y más de la tercera parte (33.4%) indican tener un ingreso mensual mayor a 4000 soles; el 53.5% de los pacientes atendidos indican estar insatisfechos con el servicio recibido. Las dimensiones de la Calidad de atención que muestran o presentan mayor satisfacción son: Aspectos tangibles (66.5%) y capacidad de respuesta (60%), y las dimensiones que presentan mayor insatisfacción son: Fiabilidad (56.8%) y Seguridad (56.8%). Entre la variable Calidad de atención y los factores sexo, edad, grado de instrucción, ocupación, estado civil e ingreso mensual familiar del paciente existe una relación altamente significativa con $p < 0.000$ para todos los casos.

Conclusiones: Elaboradas e interpretadas las tablas y gráficas y realización del análisis y discusión de resultados se llega a las siguientes conclusiones que dan respuesta a los objetivos planteados en la investigación: Para la variable factores demográficos tenemos: que la mayoría de clientes son de sexo masculino (63.8%); el 43.2% registran una edad de 37 a 50 años; más de la mitad (53.5%) indica tener estudio superior universitario; la mayoría de los clientes (67%) son trabajadores; el 62.2% son casados y más de la tercera

parte (33.4%) de los clientes indican tener un ingreso mensual mayor a 4000 soles.

Para la variable Calidad de atención que percibe el cliente que es atendido en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. es considerado como insatisfactorio (53.5%). Las dimensiones de la Calidad de atención que muestran o presentan mayor satisfacción son: Aspectos tangibles (66.5%) y capacidad de respuesta (60%), y las dimensiones que presentan mayor insatisfacción son: Fiabilidad (56.8%), Seguridad (56.8%) y Empatía (56.2%).

- Sáenz (2016) La presente investigación titulada “La capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores Alto – zona de reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015”. tuvo como objetivo general describir las principales características de la capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de la información se escogió una muestra poblacional de 10 micro y pequeñas empresas, representando el 100% de la población, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta.

Resultados: Respecto a los representantes de las micro y pequeñas empresas: El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestados tienen edad promedio entre 31 – 50 años, el 90% son del sexo masculino, el 90% tienen estudios secundarios y superior universitarios, el 100% son dueños y el 90% tienen entre 4 a más años desempeñando en el cargo. Respecto a las micro y pequeñas empresas: El 90% de las micro y pequeñas empresas tiene entre 4 a más años de permanencia en el rubro, el 100% son formales, el 100% se creó para generar ganancia, el 90% tiene entre 1 a 3 trabajadores permanentes y el 90% tiene entre 1 a 3 trabajadores eventuales. Respecto a la capacitación: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 60% se ha capacitado en los últimos años, el 60% se ha capacitado entre 1 a

más veces, el 80% considera a la capacitación como una inversión, el 80% capacitó a su personal en atención al cliente y el 80% sabe que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades.

Conclusiones: La mayoría (90%) de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen edad que promedia entre 31 a 50 años, son de sexo masculino, tienen estudios secundarios y/o universitarios, son los propietarios de dichas empresas y tienen de 4 años a más desempeñándose en el cargo. La mayoría (90%) de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 años a más de permanencia en el rubro, son formales, se crearon para generar ganancias, tiene de 1 a 3 trabajadores permanentes y de 1 a 3 trabajadores eventuales. La mayoría (60%) se ha capacitado en los últimos años, se ha capacitado entre 1 a más veces, considera a la capacitación como una inversión, capacitó a su personal en atención al cliente y sabe que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades.

- Trujillo (2014) El presente trabajo de investigación titulada “caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro venta minorista de productos textiles bazar del distrito de Huaraz, 2014” tuvo como objetivo general caracterizar la capacitación en atención al cliente en las MYPE del sector servicios – rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del distrito de Huaraz, 2014. Para su desarrollo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transaccional, para el recojo de la información se consideró dos poblaciones: La primera conformada por los representantes de los 24 bazares y la segunda población conformada por los 30 empleados de dichos establecimientos, para lo cual se aplicó un cuestionario de 18 preguntas para ambas poblaciones.

Resultados: El 66.67% consideran que la capacitación es un gasto, el 80% no capacitan a su personal y el 53.33% mencionan que sus empleados no están capacitados para atender al cliente. Así mismo de la encuesta aplicada a los trabajadores los resultados fueron: El 60% desconoce la manera correcta de atender a los clientes, el 73.33% consideran no estar en la capacidad de

resolver los problemas diarios sobre atención al cliente y el 53.33% no le da importancia a las quejas de los clientes.

Conclusión: La capacitación en atención al cliente es entendida como el incremento de habilidades y conocimientos para brindar un mejor servicio e incrementar las ventas. Es por eso que el objetivo principal de esta tesis fue, describir las principales características de la capacitación en atención al cliente. En respuesta este objetivo, los resultados obtenidos nos muestran que es necesaria la implementación de la capacitación en los bazares aplicando el proceso de capacitación para establecer las pautas de comportamiento adecuadas así como el tratamiento de quejas y reclamaciones.

- Patiño (2014) La presente investigación titulada: “Caracterización de la Competitividad en el Servicio Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro gimnasios del distrito de Piura, 2014”, tuvo como objetivo general: Identificar las características de la competitividad en el servicio de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro gimnasios en el distrito de Piura, 2014. El diseño de la investigación fue: No experimental, Transversal y Descriptivo.

Resultados: Se identificó que el pequeño empresario de este rubro tiene un considerable grado de competitividad en el servicio de atención al cliente, porque toma en cuenta factores que van de la mano con el desarrollo de su empresa ya que la mayoría de propietarios (72%) frecuentemente renuevan sus equipos, además casi la totalidad de ellos (90%) buscan siempre hacer innovaciones en los servicios que brinda (maquinas, cardio, taeko, spinning, aeróbicos, etc.). Un porcentaje considerable de empresarios (45%) buscan además darles un precio competitivo a sus servicios.

Conclusiones: el desarrollo de su empresa ya que la mayoría de propietarios (72%) frecuentemente renuevan sus equipos, además casi la totalidad de ellos (90%) buscan siempre hacer innovaciones en los servicios que brinda (maquinas, cardio, taeko, spinning, aeróbicos, etc.). Un porcentaje considerable de empresarios (45%) buscan además darles un precio competitivo a sus servicios.

2.2 Bases teóricas

La atención al cliente

La atención al cliente es importante ya que una información adicional por parte del cliente en caso ante un reclamo manifestar alguna inquietud o alguna consulta o sugerencias con el producto que van adquirir directamente y así la empresa pueda resolver rápidamente los reclamos o quejas y dar una solución para que el cliente este satisfecho.

El servicio de atención al cliente es fundamental para las empresas que recién empiezan para poder tener una cartera grande de clientes por eso ponen en primer lugar al cliente ya que sin ellos la empresa no pudiera creer, por ellos debemos mantener complacidos y llenar las expectativas del cliente.

Las empresas hoy en día capacitan a sus empleados para que puedan brindar un servicio adecuado en la atención al cliente ya hay clientes que son muy exigen.

Porque los clientes son la base de cualquier empresa para su crecimiento financiero y poder posicionarse en el mercado así tener menos competidores. García, Lobato, Lobato (2013) afirma que:

Dentro de la carta de servicios al cliente de una empresa, el sistema de atención al cliente es el principal de todos ellos; por tanto, debe ser objeto de un análisis más amplio. Para ello, en este apartado se abordan los elementos básicos de la atención al cliente. (p.196)

Fidelización de clientes

Es un cliente habitual o frecuente fiel a nuestro producto ya que nuestros clientes felices de adquirir nuestros productos recomiendan a otros clientes para poder captar nuevos clientes y así llegar al objetivo que toda empresa quiere llegar al éxito y tener una buena posición en el mercado ya se local o nacional o pasando fronteras.

Ya que la fidelización del cliente se basa al buen servicio que presta la empresa en la atención al cliente, así tendrán una buena relación y comunicación para poder saber

lo que el cliente está buscando y no permitir que se vaya a la competencia así poder contar con clientes fieles. García Lobato, Lobato (2013). Afirma que:

A lo largo del tiempo, el marketing ha ido evolucionando de forma que su objetivo actual ya no es conseguir ventas, sino clientes fieles. El proceso que desarrollan las empresas para lograrlo se denomina fidelización de clientes y se puede definir como: – El proceso por el cual la empresa mantiene un sistema de relaciones a largo plazo con los clientes más rentables de la empresa, con el fin de obtener una alta participación en sus compras. (p.197)

Atención al cliente en el proceso comercial

La atención al cliente en el proceso comercial tiene que ser de manera persuasivo ya que nos permitirá la comunicación para que el cliente se sienta satisfecho con el buen trato y así el cliente pueda adquirir nuestro producto con mucha confianza.

La información y la buena comunicación que existe entre el cliente y la empresa influye mucho en la actualidad, y la norma competencia comercial que hay en las empresas por eso ofrecen un buen trato, un ambiente agradable sobre todo una atención personalizada para poder conseguir una excelente atención al cliente para que pueda adquirir un producto o servicio. Guardado (2012). Afirman que:

Es interesante destacar que el carácter persuasivo está presente en todos ellos, al igual que está presente en muchas otras actividades dentro de la sociedad.

Donde hay dos o más personas que interactúan y se comunican, hay mutua influencia y mutua persecución, que puede ser positiva o no. El hecho de influir en otros no es negativo, ya que no se puede no influir en quienes se tiene alrededor, todo depende de las ideas que se quieren transmitir, del medio, de la finalidad con que se realiza. (p.30)

Servicio al cliente

El servicio al cliente debe de ser de calidad en todas las empresas que busca posicionarse en el mercado, ya que así podrá captar cliente potenciales actuales y al futuro ya que teniendo una buena relación y comunicación sobre todo brindar un

buen servicio al cliente podrá obtener más rentabilidad para su empresa .Díaz (2014)
Afirma que:

Este servicio al cliente se debe entender como un conjunto de actividades (y comportamientos) que se relacionan entre sí con el objetivo de que el cliente obtenga una satisfacción en el momento y en el lugar adecuado. (p.37)

Normas de actuación ante una petición de un cliente

Tenemos que tener un buen trato con los clientes debemos presentarles un clima agradable en cuanto al establecimiento o local donde se encuentra ubicado, el cliente tiene que estar satisfecho ante el lugar donde está atendido tener las características adecuadas que él quiere tener ante su mejor atención.

Las empresas capacitan a sus trabajadores para poder atender a todo tipo de cliente por que pueden tener diferente comportamientos, actitudes para adquirir un producto o servicio, saber cómo atenderlos o actuar ante sus deseos o expectativas que requieren para ellos debemos estar capacitados antes las exigencias y peticiones de los clientes .Morales (2012). Afirman que:

Es importante conocer la tipología de usuarios y clientes, su comportamiento y rasgos, pero no lo es menos saber la forma de actuar ante sus peticiones. El cliente siempre valorara dos elementos: El establecimiento en su totalidad, es decir, las instalaciones, decoración, innovación, comodidad, etc. (p.12)

Clientes satisfechos, clientes que repiten

Un cliente está satisfecho cuando siente conformidad con al artículo comprado o el servicio recibido. La posibilidad de que un cliente vuelva a consumir los productos o servicios de un determinado lugar, es directamente proporcional al nivel de satisfacción obtenido durante su visita al mismo.

Los clientes que repiten siempre son porque tuvieron un buen servicio en atención al cliente y se sintieron satisfechos y prefieren regresar antes que buscar en otro lado ya que la empresa le da confianza para que puedan regresar y brindarles un buen servicio. Ongallo (2012) afirma que:

La fidelización va a marcar las políticas de crecimiento, financieras y humanas de la empresa de venta directa. Pero para que el cliente repita, antes debe probar nuestro producto y experimentar una satisfacción. Démosle, pues, oportunidad de que nos exprese su opinión (mediante mecanismos adecuados para recabar información), y todos saldremos ganando. (P.186)

Perspectiva al cliente

La razón fundamental de una empresa se basa en las relaciones con sus clientes, de nada servirá todo el esfuerzo invertido en el desarrollo de un producto o servicio novedoso si nadie lo conoce o nadie lo necesita.

Para toda empresa el cliente es fundamental para obtener rentabilidad y crecimiento en el mercado ante sus competidores por eso busca y capacitan a sus empleados en diferentes áreas de la empresa para poder brindar un excelente servicio y mantener satisfecho al cliente para así hacer una cartera de clientes potenciales, eso es toda perspectiva de la empresas antes sus actuales y futuros clientes. Martínez (2012) afirma que:

En el objetivo financiero de aumentar la cuota de ventas de los segmentos objetivo no están definidas las ventas para dichos segmentos. Además, tal y como está estructurada la tipología de ventas de la empresa, el objetivo debe referirse a catálogo objetivo y no segmento objetivo, como veremos más adelante. (p.271)

Calidad percibida por el cliente

La calidad percibida del servicio desde la perspectiva de satisfacción del cliente externo, es un elemento básico para comprender sus necesidades y expectativas.

La calidad de servicio ante la atención al cliente para toda empresa debe ser primordial porque si no fuera así no contarían con gran número de clientes.

El cliente siempre debe estar satisfecho ante la calidad del producto o servicio que le pueda brindar la empresa ya que son evaluadas para obtener una buena relación. Domínguez (2014) Afirma que:

La calidad de un servicio, dado el carácter subjetivo que tiene toda valoración, se puede medir por criterios de evaluación certificados y normalizados. Son las llamadas normas de calidad que certifican organismos autónomos/ consultoras. En la evaluación de productos y servicios, también se evalúa el departamento comercial del que forma parte el servicio de atención al cliente. La normativa de calidad más generalizada son las normas iso (a nivel nacional) y el modelo efqm (a nivel europeo). (p.30)

Técnicas de atención básica a cliente

Las técnicas de atención al cliente es de suma importancia ya que nos va enseñar de cómo podemos tratar a nuestro cliente y de manera cómo podemos aplicar las distintas formas de técnicas al trato de nuestro cliente ya que es la principal herramienta para poder fidelizarlo.

Las empresas utilizan técnicas para la buena atención ante sus clientes actuales y futuros ya que todos los clientes tienen diferentes actitudes y comportamientos primero es tener una buena comunicación y relación, una atención afectiva y de calidad de servicio de ante el cliente ante situaciones de reclamos y expectativas del cliente. Días (2014). Afirma que:

Estudiar de los tipos de clientes para una atención básica Practicar la comunicación no verbal y el comportamiento para una buena atención al cliente Conocer la comunicación verbal y diferenciar los estilos asertivos, agresivos y no asertivos, así como la aplicación de las técnicas de asertividad en las respuestas a los clientes Ser capaz de aplicar el proceso de la llamada telefónica en la atención al cliente Estudiar y aplicar de las solicitudes, quejas y reclamaciones para una atención básica Conocer los documentos que se emplean en una solicitud de queja y reclamaciones. (p.10)

Quejas y reclamaciones de un cliente

Tenemos que saber sobrellevar ante una queja o reclamación que pueda tener nuestro cliente es importante saber cómo podemos manejar este tipo de situación para el cliente se sienta entendió y pueda comprender de manera y de manera rápida solucionar su problema.

El personal de las empresas debe estar en la capacidad de poder atender a las quejas y reclamos de los clientes y así darle la confianza para poder regresar adquirir el producto o servicio ,nunca perder la paciencia antes los reclamos y siempre guardar el respeto ante los clientes y dar solución rápido ante sus quejas y reclamaciones. Morales (2012) afirma que:

Este aspecto, el de las quejas y reclamaciones, es muy importante ya que ante estas situaciones, la forma de actuar que se muestre transmitirá su profesionalidad.

Como regla general, las quejas o reclamaciones no suelen ser plato de gusto para nadie y es fácil .cometer el error de llevárselas al terreno personal. En estos casos, no se puede uno permitir perder el respeto y la compostura, por muy bochornosa que pueda ser la circunstancia en la que pueda encontrarse. (p.15)

2.3 Marco conceptual

Gestión de calidad

Gestión:

Según ISO 9000:2015, la gestión son actividades que desarrollan la empresa dentro de ella , que tienen un orden para dirigir y controlar una organización o empresa , se fundamenta con la visión de la organización, hacia donde quiere llegar en el futuro, la misión, los objetivos y los propósitos son conceptos que ayudan a dirigir a la organización, las actividades, los procesos y los indicadores son aquellos que nos ayudan a ejecutar ese propósito que tiene la organización y lo controla, para saber si lo estamos cumpliendo o no .

Calidad:

(Norma ISO 9001). Es la norma donde tiene conjunto de características inherentes que cumple con los requisitos un producto vendido en el mercado , entendiéndose por requisito necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.

Definición de las Mypes

Las mypes son una unidad económica que tiene como principal objetivo el desarrollo de actividades financieras y comercialización de productos y/o servicios.

En la actualidad las mypes forman una gran parte en el desarrollo económico del país y son alternativa de empleo

Las empresas son generadoras de la economía de un país, asimismo las estrategias que emplean para ser más competitivas, requieren también ajustarse al proceso tecnológico, para atender y ajustarse a los distintos movimientos del mercado.

Este es el primer paso de una persona que empieza un negocio para obtener ganancias económicas y también para poder así producir y vender, casi siempre el dueño es el mismo administrador porque cuando empiezan no cuentan con mucho capital por eso ellos mismos asumen la parte administrativa, hasta que logren poder hacer crecer su empresa.

¿Qué tan importantes son las MYPES para la economía del país?

El Perú es un país de emprendedores, estamos entre los puestos más altos en Latinoamérica. El emprendedor es aquella persona que tiene una idea, que la percibe como una oportunidad y hace todo bajo su poder para hacerla realidad. Los emprendedores tienen visión, pasión, determinación, persistencia, saben lo que quieren y van en busca de ello.

Actualmente, en el Perú, las micro y pequeñas empresas (MYPES) aportan, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno, son una de las mayores potencia doras del crecimiento económico del país. En conjunto, las MYPES generan el 47% del empleo en América Latina, siendo esta una de las características más rescatables de este tipo de empresas. Conforme las MYPES van creciendo, nuevas van apareciendo. Esto dinamiza nuestra economía. Debido a que la mayoría desaparece en menos de un año; las que sobrevivan este ciclo se volverán cada vez más influyentes en el mercado, ampliarán su capacidad de producción, requerirán de más mano de obra y aportarán con mayores tributos al Estado.

Gestión de calidad

En la actualidad las empresas tratan de ofrecer un sistema de gestión de calidad ya que con lleva a reglas y normas para garantizar el crecimiento de la empresa y una buena participación en el mercado y ante sus competidores.

La gestión de calidad es planificada y sistemática para poder dar la confianza necesaria para obtener un producto y/o servicio para satisfacer los requerimientos que exige los clientes.

Ventajas de gestión de calidad

- Asegura clientes fieles
- Crecimiento económico
- Gran participación en el mercado ante sus competidores
- Facilita la salida de los productos.

Se debe hacer un sistema no solo para asegurar la garantía se debe preguntar qué aspectos de la empresa están asociados con la calidad.

Atención al cliente

La atención al cliente es un servicio que brinda la empresa a sus clientes, debe ser de calidad para que ellos puedan estar satisfechos con la atención que reciben y puedan tener una buena relación y comunicación para conocer las necesidades y deseos y poder tener conocimiento y cumplir con sus expectativas deseadas.

Hoy en día el tema atención al cliente es muy fundamental para las empresas grandes y para las que recién están en el mercado porque si no brindamos un servicio de calidad no podemos obtener una cartera potencial de cliente es cual nos permite crecer tanto en el mercado ante las competencias como económicamente para poder posicionarnos como deseamos, el cliente es la parte muy importante por eso las empresas invierte en sus empleados en capacitarlos en tener un ambiente adecuado en poder atenderlos darles la confianza tanto en producto y/o servicio que se les está ofreciendo. El trato al cliente es de vital importancia ya que ellos quieren sentir que son importantes y merecen un buen trato ante quizás un reclamo o queja que ellos puedan manifestar a la empresa y le puedan solucionar rápido.

III. HIPÓTESIS

La presente investigación “la gestión de calidad en la atención al cliente de la micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro – mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del Santa 2017 .caso de la empresa Someres EIRL” En esta investigación no se realizara la hipótesis ya que el proyecto es de tipo descriptivo.

IV. METODOLOGIA

4.1. Diseño de investigación

Esta investigación será de tipo cuantitativo porque vamos usar herramientas informáticas y estadísticas para obtener resultados también de acuerdo al tipo de investigación, el grado de cuantificación, el nivel será de tipo descriptivo

4.2. Población y muestra

La población de las micro y pequeñas empresas del rubro de mantenimiento de autos consta de 30 micro y pequeñas empresas las cuales se encuestaron a 19 micro y pequeñas empresas. Tomando esta muestra donde se aplico las encuestas, que consta del cuestionario a fin de terminar las características de estas micro y pequeñas empresas en la localidad.

4.3. Operacionalización de variables

Variable	Definición de la variable	Dimensión	Indicadores	Medición
Representantes de las micro y pequeña empresas	Personas que actúan en presentación y está al frente de la micro y pequeña empresas	Edad	20 a menos 30 30 a menos de 40 40 a menos de 50 De 50 a mas	Ordinal numerico
		Sexo	- Masculino - Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	- Primaria. - Secundaria - Superior tecnico - Superior universitario	Ordinal
		Cargo	- titulo gerente - Administrador - encargado - otros	Ordinal

Variable	Definition conceptual	Dimensions	Indicadores	Medicin
De las micro y pequeñas empresas.	Las micro y pequeña empresa en el Perú juega un papel sumamente importante en el desarrollo social y económico de nuestro país, al ser la gran fuente generadora de empleo para muchos pobladores y un importante Agente dinamizador del Mercado promoviendo una Estrategia adecuada para contribuir con el mejoramiento de las condiciones de vida de la	Tiempo que tiene la empresa en el Mercado	- 0 a menos 3 años - 3a menos 6 años - 6 a mas años	Ordinal numerico
		Finalidad por la cual se creo la empresa	- Generar utilidades - Generar empleo - Satisfacer - necesidades del cliente - Otros	Nomimal
		La empresa cuenta con otro local comercial	- Si -. No	Nominal
		Mission y vision de la empresa	-Si -No	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medicion
Gestión de calidad	El sistema de gestión de calidad como procedimientos de actividad coordinadas para un buen funcionamiento para poder lograr una buena calidad de productos y servicios .	Conoce lo que gestion de calidad	- Si - No	Nominal
		Realize una gestion de calidad la empresa	- Si - No	Nominal
		la empresa planifica gestion de calidad	- Si - No	Nominal
		Servicio de calidad con respecto asu competidor	- Si - No	Nominal
		Proceso establecido de la empresa en la atencion al cliente	- Si - No	Nominal
		La empresa sastiface necesidades del cliente	- Si - No	Nominal
		Fidelizacion de los clientes	- Si - No	Nominal
		Libro de reclamaciones de la empresa	- Si - No	Nominal
		Amplia informacion del servicio que brinda la empresa	- si - No	Nominal

Continúa....

		Area para decepcionar los reclamos del cliente dentro de la empresa	- Si - No	Nominal
		Comprenden a los clientes que visita su empresa	- Si - No	Nominal
		Canals de comunicacion que usa con los clientes la empresa	- Si - No	
		Canales de comunicacion para relacionarse con los clientes	- Comunicacion directa - Pagina web - Redes sociales - Correo electronic - T.a	Nominal
		Nivel de sastifacion que realiza la empresa ante los clientes	- Si - No	Nominal
		Capacitacion que brinda la empresa Para una Buena atencion al cliente	- Si - No	Nominal
		Tareas y responsabilidades Que el personal tiene para brindar una Buena atencion al cliente	- Si - No	Nominal
		Implement de seguridad que tiene la empresa	- Si - No	Nominal

4.4. Técnicas e instrumento

Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento -para la recolección de datos-, el cual constó de un cuestionario estructurado de 25 preguntas:

- Son 4 referidas a los representantes legales de las empresas.
- Son 4 referidas a las micro y pequeñas empresas.
- Son 17 referidas a la gestión de calidad y el servicio de atención al cliente.

El análisis de los datos se realizó mediante un análisis descriptivo

La información se resumió para propósitos descriptivos, en ese sentido las técnicas para el análisis descriptivo de datos cuantitativo fue la elaboración de porcentajes, la cual permitió comparar dos o más series estadísticas cuyos totales eran diferentes.

4.5 Plan de análisis

Se utilizaron técnicas y medidas de la estadística descriptiva, porque se clasificaron, organizaron, representaron y resumieron (en suma hacer entendible) la información a obtenida de las variables observadas sobre una muestra representativa, lo cual permitió emitir conclusiones para toda una población a partir de la información obtenida en la muestra.

El procesamiento de los resultados se realizó en el Programa Informático Microsoft Excel, en el cual se construyó la base de datos, a partir de la cual se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales, así como figuras estadísticas de las variables en estudio.

4.6 matriz de consistencia

Titulo	Planteamiento del problema	Objetivos	Marco teórico y conceptual	Metodología
<p>La gestión de calidad con el uso de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia Del Santa 2017. caso de la empresa SOMERESA EIRL</p>	<p>a. Caracterización del problema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Internacional - nacional - local <p>b. Enunciado del problema</p> <p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector de servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia Del Santa 2017? Caso de la empresa SOMERESA EIRL?</p>	<p>a. Objetivo general</p> <ul style="list-style-type: none"> -Determinar las principales características la gestión de calidad con el uso de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia Del Santa 2017. Caso de la empresa SOMERESA EIRL. <p>b. Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Identificar las principales características del representante de la empresa de la micro y pequeñas empresas sector servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia Del Santa 2017.Caso de la empresa SOMERESA EIRL. -Determinar las 	<p>Antecedentes.</p> <p>Los antecedentes encontrados en el internet referente al tema de gestión de calidad en atención al cliente son: y formalización son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Antecedentes internacionales -Antecedentes nacionales <p>Bases teóricas</p> <ul style="list-style-type: none"> -El servicio al cliente es el único gestor de clientes leales. -Aplicación y campo de acción del servicio al cliente -Atención al cliente en el proceso comercial 	<p>Tipo y nivel de investigación</p> <p>Esta investigación será de tipo cuantitativo</p> <p>Universo y muestra</p> <p>universo mostral: la población mostral está conformada por una sola MYPE que cuenta 19 trabajadores en el autoservicios SOMERESA EIRL</p> <p>Definición de las variables y operacionalización</p> <p>Variable, definición de la variable definición, dimensiones, indicadores, medición.</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</p> <p>Técnica de recolección de datos:</p> <p>Para la realización de la siguiente investigación se realizara la técnica de la encuesta, para así poder obtener la información necesaria, para la descripción del proyecto.</p> <p>Instrumentos de recolección de datos</p> <p>El instrumento que se utilizó para recoger la información, fue cuestionarios, lo que nos permitirá conocer la información</p>

Continúa.....

		<p>principales características de la micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro - mantenimiento de autos. Distrito de Chimbote provincia Del Santa 2017.Caso de la empresa de SOMERESA EIRL.</p> <p>-Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de la Micro y pequeñas empresa rubro - mantenimiento de autos. Distrito de Chimbote provincia Del Santa 2017.Caso de la empresa SOMERESA EIRL.</p>		<p>necesaria de la empresa, así mismo el cuestionario consta de preguntas relacionadas a gestión de calidad en atención al cliente</p>
--	--	---	--	--

4.7 Principios éticos

En el presente trabajo se hace hincapié a los principios éticos de confidencialidad, confiabilidad y respeto a la persona humana, siendo estos principios los más resaltantes para llevar a cabo una buena investigación.

Se utilizaron los siguientes principios éticos:

Confidencialidad:

La información presentada en esta tesis ha sido elaborada bajo consultas de diferentes autores, libros virtuales que representan la seguridad de la información plasmada.

Confiabilidad

La información presentada en este trabajo de investigación, está elaborada con absoluta confiabilidad, presentando bibliografías y consultas de autores que nos garantizan la fiabilidad que tiene la investigación, para el buen funcionamiento de los resultados.

V. ANALISIS DE RESULTADOS

Tabla N° 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del santa 2018. Caso de la empresa de autoservicios SOMERESA EIRL

CARACTERÍSTICAS	NUMERO	PORCENTAJE	Numero CASO DE LA EMPRESA	porcentaje SOMERESA E.I.R.L
Edad del encuestado				
De 20 a menos de 30 años	1	5.26	0	0
De 30 a menos de 40 años	6	31.58	0	0
De 40 a menos de 50 años	10	52.63	1	100
De 50 a más	2	10.53	0	0
Total	19	100	1	100
Sexo del encuestado				
Masculino	17	89.47	1	100
Femenino	2	10.53	0	0
Total	19	100	1	100
Grado de instrucción				
Primaria	0	0	0	0
Secundaria	5	26.32	0	0
Superior técnico	12	63.16	0	0
Superior universitario	2	10.53	1	100
Total	19	100	1	100
Qué cargo desempeña en la empresa				
Título gerente	1	5.26	0	0
Administrador	5	26.32	1	100
Encargado	13	68.42	0	0
Otros	0	0	0	0
Total	19	100	1	100

Fuente: encuesta realizada a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del santa 2017. Caso de la empresa de SOMERESA EIRL

Tabla N° 2: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del santa 2018. Caso de la empresa de autoservicios SOMERESA EIRL.

CARACTERÍSTICAS	NUMERO	PORCENTAJE	Numero	porcentaje
			CASO DE LA EMPRESA SOMERESA E.I.R.L	
Tiempo que tiene la empresa en el mercado				
De cero a menos 3 años	0	0	0	0
De 3 a menos 6 años	1	5.26	0	0
De 6 a mas años	18	94.74	1	100
Total	19	100	1	100
Finalidad por la cual se creó la empresa				
Generar utilidades	7	36.84	1	100
Generar empleo	0	0	0	0
Satisfacer necesidades del cliente	12	63.16	0	0
Otros	0	0	0	0
Total	19	100	1	100
La empresa cuenta con otro local comercial				
Si	3	15.79	0	0
No	16	84.21	1	100
Total	19	100	1	100
Misión y visión de la empresa				
Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100

Fuente: encuesta realizada a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del santa 2017. Caso de la empresa de SOMERESA EIRL.

Tabla N° 3. Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del santa 2018. Caso de la empresa de autoservicios SOMERESA EIRL.

CARACTERÍSTICAS	NUMERO	PORCENTAJE	Numero	porcentaje
			CASO DE LA EMPRESA SOMERESA E.I.R.L	
Conoce lo que es gestión de calidad				
Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100
Realiza una gestión de calidad la empresa				
Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100
La empresa planifica gestión de calidad				
Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100
Servicio de calidad con respecto a su competidor				
Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100
Proceso establecido de la empresa en la atención al cliente				
Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100
La empresa satisface necesidades del cliente				

Continúa.....

Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100

Fidelizacion de los clientes

Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100

Libro de reclamaciones de la empresa.

Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100

Amplia información del servicio que brinda la empresa.

Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100

Área para decepcionar los reclamos del cliente dentro de la empresa

Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100

Comprende a los clientes que visitan a su empresa

Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100

Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100

Continúa.....

Canales de comunicación para relacionarse con los clientes

Comunicación directa	10	52.63	0	0
Pagina web	0	0	0	0
Redes sociales	0	0	0	0
Correo electrónico	0	0	0	0
T.A	9	47.37	1	100
Total	19	100	1	100

Nivel de satisfacción que realiza la empresa ante los clientes

Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100

Capacitación que brinda la empresa para una buena atención**al cliente**

Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100

Tareas y responsabilidades que el personal tiene**para brindar una buena atención al cliente**

Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100

Implemento de seguridad que tiene la empresa

Si	19	100	1	100
No	0	0	0	0
Total	19	100	1	100

Fuente: encuesta realizada a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del santa 2017. Caso de la empresa de SOMERESA EIRL

5.2 Análisis de resultados

Respecto al objetivo específico 1

- El 52.63% de los representantes encuestados tienen de 40 años a menos de 50 años, así mismo nos damos cuenta que coincide con el CASO DE LA EMPRESA SOMERESA E.I.R.L que el representante legal tiene 40 años a menos de 50 años de edad. podemos darnos cuenta que la mayoría de representantes de las diferentes empresas legales tienen de 40 años a menos de 50 años eso demuestra que gran parte de los representantes de diversos mypes tiene mayoría de edad por el cual es recomendable.

-El 89.47% de los representantes encuestados son de sexo masculino, así mismo coincide con el caso de la EMPRESA SOMERESA E.I.R.L donde el representante también es de sexo masculino. La mayoría de representantes legales de las distintas empresas son de sexo masculino por consiguiente equivale decir que pocas personas de sexo femenino predominan como representante legales de dichas empresas.

-El 63.16% de los representantes de cada empresa tienen estudio superior técnico, lo cual contrasta que el CASO DE LA EMPRESA SOMERESA E.I.R.L no coincide ya que el representante tiene estudio superior universitario. Muy pocas mypes están al mando por representantes que tienen estudios secundarios sin embargo la mayoría de representantes tienen estudios superior técnico todo esto lleva a la conclusión que predomina el estudio superior técnico para manejar una empresa.

-El 68.42% de los representantes tienen el cargo de encargado lo cual contrasta que el caso de la empresa SOMERESA E.I.R.L está al mando de un adiestrador y muy pocas hacen de título-gerente. Cada representante de las diferentes empresas encuestadas ocupan diferentes cargos pero lo que más requieren es un encargado esto lleva pocas empresas buscan un administradores ya que tienen mayor conocimiento.

Respecto al objetivo específico 2

-El 94.74% de cada empresa de mantenimiento de autos tiene 6 a mas años, esto se deduce que el caso de la empresa SOMERESA E.I.R.L presenta el mismo resultado cabe mencionar que la empresa lleva buen tiempo en el mercado dando así un servicio de éxito y mejorado. La mayoría de las empresas de mantenimiento de autos de Chimbote tienen muchos años, donde han sabido mantenerse en el mercado también hay empresas que recién tienen poco tiempo de apertura y les cuesta mantenerse ya que hay mucha competencia en el mercado y buscan un objetivó de captar bastantes clientes y ser una empresa con éxito .

-El 63.16% de la empresas de mantenimiento tienen por finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes todo lo contrario demuestra el caso de la empresa SOMERESA E.I.R.L ya que esta empresa trata de generar utilidades con el servicio que brinda ante los clientes .Las empresas de mantenimiento de autos en Chimbote la gran mayoría tratan de satisfacer las necesidades del cliente tratando de mejorar cada día mas y que el cliente se sienta satisfecho en el momento de que proceda su trabajo con éxito.

-El 84.21 % de las empresas de mantenimiento de autos no cuentan con otro local comercial este resultado se refleja al igual que el caso la empresa SOMERESA E.I.R.L que tampoco cuenta con otro local comercial. Pocas empresas de mantenimiento de autos cuentan con otros locales comerciales debido a que tienen mucha competencia en el mercado y por ello tratan de mejorar el servicio que les puede brindar.

-El 100% de las empresas de mantenimiento de autos tienen un misión y visión lo cual corrobora el caso de la empresa SOMERESA E.I.R.L que también cuenta con una misión y visión ya que es de suma importancia dentro de la empresa. Toda empresa cuenta con una misión y visión ya que es fundamental dentro de una empresa para llevar con éxito y cumplir sus objetivos ganando rentabilidad.

Respecto al objetivo específico 3

- De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% de los representantes de cada empresa de mantenimiento de autos dijeron que si conoce lo que es gestión de calidad lo cual coinciden con los resultados de la empresa AUTOSERVICOS SOMERESA E.I.R.L.

- De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% manifestaron que si realiza una gestión de calidad lo cual coinciden con los resultados de la empresa AUTOSERVICOS SOMERESA E.I.R.L ya que se observa que el representante realiza una gestión de calidad

-De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% manifestaron que si planifica una gestión de calidad lo cual coinciden con los resultados de la

empresa AUTOSERVICOS SOMERESA E.I.R.L ya que se observa que el 100% de la muestra manifiesta que planifica una gestión de calidad.

-De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% manifestaron que si realiza un Servicio de calidad con respecto a su competidor lo cual coinciden con los resultados de la empresa AUTOSERVICOS SOMERESA E.I.R.L ya que se observa que el 100% de la muestra manifiesta realizar un Servicio de calidad con respecto a su competidor

-De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% manifestaron que si realiza un Servicio de calidad con respecto a su competidor lo cual coinciden con los resultados de la empresa AUTOSERVICOS SOMERESA E.I.R.L ya que se observa que el 100% de la muestra manifiesta realizar un proceso establecido de la empresa en la atención al cliente

- De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% manifestaron que si La empresa satisface necesidades del cliente lo cual coinciden con los resultados de la empresa AUTOSERVICOS SOMERESA E.I.R.L ya que se observa que el 100% de la muestra manifiesta que la empresa satisface necesidades del cliente.

- De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% manifestaron que si fideliza a sus clientes lo cual coinciden con los resultados de la empresa AUTOSERVICOS SOMERESA E.I.R.L ya que se observa que el 100% de la muestra manifiesta que la empresa fideliza a sus clientes.

- De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% manifestaron que si tiene libro de reclamaciones lo cual coinciden con los resultados de la empresa

AUTOSERVICIOS SOMERESA E.I.R.L ya que se observa que el 100% de la muestra manifiesta que la empresa tiene libro de reclamaciones.

-De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% de mantenimiento de autos desarrollan una amplia información del servicio que brinda la empresa. Donde el caso de la empresa AUTOSERVICIOS SOMERESA E.I.R.L coincide lo mismo.

-De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% de mantenimiento de autos tiene área para decepcionar los reclamos del cliente dentro de la empresa en la cual el caso de la empresa AUTOSERVICIOS SOMERESA E.I.R.L cumple con lo mismo .

-De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% de los representantes de cada mype dijeron que si Comprende a los clientes que visitan a su empresa a si mismo también afirmo el caso de la empresa AUTOSERVICIOS SOMERESA E.I.R.L.

-De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% de los representantes de cada empresa que utiliza Canales de comunicación que usa con los clientes la empresa para una mejor comunicación al igual que el caso de la empresa AUTOSERVICIOS SOMERESA E.I.R.L esto afirma la importancia que tiene los canales de comunicación con los clientes.

-De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 52.63 % los representantes usa de manera directa la comunicación con los clientes en cambio el caso de la empresa AUTOSERVICIOS SOMERESA E.I.R.L el 100 % utiliza una serie de de canales de comunicación para comunicarse con los clientes.

- De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% de los representantes miden el nivel de satisfacción que realiza la empresa ante los clientes esto se asemeja que la empresa AUTOSERVICOS SOMERESA E.I.R.L manifesto que el 100% reliasan una encuesta para medir el nivel de satifacion de cada cliente para asi poder saber cuales son sus inquietudes y tratar de fidelisarlos .

-De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% de los representantes capacitan a sus trabajadores para una mejor atencion al cliente esto concide que la empresa AUTOSERVICOS SOMERESA E.I.R.L manifesto que el 100% de sus trabajadores les capacita y les brinda informacion acerca de lo que es servicoo al cliente y hacen una mejora continuana.

- De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que 100% de los representantes cumplen sus trabajadores las tareas y responsabilidades que brinda ante los clientes esto concide que la empresa AUTOSERVICOS SOMERESA E.I.R.L todos sus trabajadodes cumple con sus diversas funciones con responsabilidad dando asi un buena atencion al cliente.

-De las 19 Mype en estudio: En la tabla 3, se observa que el 100% de los representantes utlisan implementos de seguridad donde la empresa AUTOSERVICOS SOMERESA E.I.R.L corrobora que el 100% utilizan de manera adecuada todos los implementos de seguridad qu es necesario para asi no tener ningun problemas con sus trabajadores.

VI. CONCLUSIONES

Respecto al objetivo específico n°1

La mayoría de las mypes en estudio incluido al caso los representantes tienen De 40 a menos de 50 años (52.63 %), son de género masculino (89.47 %), tienen el grado de instrucción Superior técnico (63.16 %) mientras el caso del representante tiene de grado de instrucción superior universitario, se desempeñan como encargado (68.42 %) al igual que el caso del representante.

Respecto al objetivo específico n°2

La mayoría de las mypes en estudio incluido en el caso tiene 6 años a más en el mercado (68.42 %), su finalidad por la cual se creó la empresa es de satisfacer las necesidades del cliente (63.16 %) mientras el caso del representante es de generar utilidades, no cuenta con otro local comercial (84.21 %), su empresa cuenta con una misión y visión (100%).

Respecto al objetivo específico n°3

La mayoría de las mypes en estudio incluido el caso conocen lo que es gestión de calidad (100%), Realiza una gestión de calidad la empresa (100%), La empresa planifica gestión de calidad (100%), Servicio de calidad con respecto a su competidor(100%), Proceso establecido de la empresa en la atención al cliente(100%), La empresa satisface necesidades del cliente(100%), Fidelización de los clientes(100%), Libro de reclamaciones de la empresa(100%), Amplia información del servicio que brinda la empresa(100%), Área para decepcionar los reclamos del cliente dentro de la empresa(100%), Comprende a los clientes que visitan a su empresa(100%), Canales de comunicación que usa con los clientes la

empresa(100%), Canales de comunicación para relacionarse con los clientes(52.63%), Nivel de satisfacción que realiza la empresa ante los clientes(100%), Capacitación que brinda la empresa para una buena atención al cliente(100),tareas y responsabilidades que el personal tiene para brindar una buena atención al cliente(100%), Implemento de seguridad que tiene la empresa(100%).

RECOMENDACIONES

Presentamos las siguientes recomendaciones a la investigación en estudio.

- Dado los resultados obtenidos en la encuesta se le recomienda al representante de la empresa AUTOSERVICIOS SOMERESA E.I.R.L realizar una encuesta para medir el nivel de gestión de calidad en la atención al cliente dentro del negocio y así tener conocimiento en que necesita mejorar.
- Debido a la importancia actualmente de la gestión de calidad en el servicio de atención al cliente, para marcar la diferencia ante la competencia se le recomienda buscar estrategias como el internet ya que los clientes potenciales son influenciados con las redes sociales para buscar información.
- Los trabajadores deberían recibir capacitaciones constantemente y darles las herramientas necesarias para que brinden una atención de excelencia, recibir la información necesaria sobre empresa, crear un buen ambiente laboral para el buen desarrollo de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Balarezo, R.(2015) *financiamiento y atención al cliente de las mype rubro tiendas musicales en la ciudad de Piura, 2013*.disponible en: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039364>

Blanco, G. C., Lobato, G. F., & Lobato, V. F. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. Disponible en: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3217294#>

Díaz, F (2014) *manual. Atención básica al cliente (mf1329_1). Certificados de profesionalidad. Actividades auxiliares de comercio (comt0211)*. Madrid, es: editorialcep, s.l. disponible en:<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=11162151>

Díaz, F. M. J. (2014). *Atención básica al cliente: manual teórico*. Disponible en: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=4184455#>

Díaz, F. M. J. (2014). *Cuaderno del alumno: atención básica al cliente (mf1329_1). Actividades auxiliares de comercio* .disponible en: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=4310382#>

Disponible en: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3222663#>

Domínguez, G. E. (2014). *Atención al cliente en el proceso comercial*. uf0349.

Galdón, B. (2014).*la pequeña y mediana empresa, motor de la economía española*. disponible en: <http://www.20minutos.es/noticia/2144813/0/pyme/economia/espana/>

Guardeño, M. (2012) *atención al cliente en el proceso comercial: actividades de gestión administrativa (uf0349)*. Málaga, es: ic editorial disponible

en:<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10721442>

La Republica. (2012). *en el 2011 mypes regionales se adjudicaron el 71% de compras estatales. disponible en:* <http://larepublica.pe/13-05-2012/en-el-2011-mypes-regionales-se-adjudicaron-el-71-de-compras-estatales>

La república. (2016). *mypes aportan el 21,6% de la producción del país, pero el 83,1% son informales. disponible en:* <http://larepublica.pe/impresia/economia/797057-mypes-aportan-el-216-de-la-produccion-del-pais-pero-el-831-son-informales>

Marcelo, F (2016). *los emprendedores deben estar conscientes de su rol en el mercado. disponible en:* <http://altavoz.pe/2016/01/11/13329/que-tan-importantes-son-las-mypes-para-la-economia-del-pais-francisco-marcelo>

Morales, T. (2012). *atención al cliente en la limpieza de pisos en alojamientos (uf0040)*. Málaga, disponible en: <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10693004>

Ongallo, C. (2012). *la atención al cliente y el servicio postventa. disponible en:* <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3228656#>

Patiño, V. (2014). *caracterización de la competitividad en el servicio de atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicio - rubro actividades deportivas (gimnasios) del distrito de piura, 2014. disponible en:* <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035629>

Reinerio, C. (2013). *gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de*

la provincia del santa (2013).disponible en:
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Documents/829-2797-1-PB.pdf

Rettis, J. (2016). *la atención al cliente y la demanda de pasajes en la empresa de transportes terrestre “turismo central” en la ciudad huánuco -2015.* Disponible en:
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Documents/Uladech_Biblioteca_virtual_6.pdf

Rubio, R. (2014). *Calidad en el servicio de atención al cliente de las mypes, rubro financieros, del distrito de Otuzco, Provincia de Otuzco, año 2013.* Disponible en:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035863>

Rubio, R. (2016). *la gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la clínica robles s.a.c. chimbote, 2016.* disponibles en:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=0000004251>

Sáenz, J. (2016). *la capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del a.h. miraflores alto – zona de reubicación de la ciudad de chimbote, año 2015.* disponible en:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041256>

Trujillo, L. (2014). *caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro venta minorista de productos textiles bazar del distrito de hauraz, 2014.* disponible en:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035855>

ANEXOS

Anexos 01

➤ **Cronograma de la Investigación**

Nombre de Mantenimiento de autos		Dirección															
		Av. Enrique Meiggs Nro 1835 Florida Baja															
Actividades		Fechas Asignadas															
		Abril				Mayo				Junio				Julio			
		Semana				Semana				Semana				Semana			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tema N°1	Socialización del Spa	X															
Tema N°2	Redacción de las Bases Teóricas		X														
Tema N°3	Cronograma Para Recolección De Datos			X													
Tema N°4	Instrumentos De Recolección De Datos				X												
Tema N°5	Instrumentos De Recolección De Datos					X											
Tema N°6	Recolección De Datos						X										
Tema N°7	Recolección De Datos							X									
Tema N°8	Recolección De Datos								X								
Tema N°8	Recolección De Datos									X							
Tema N°9	Procesamiento de Datos										X						
Tema N°10	Procesamiento de Datos											X					
Tema N°11	Presentación De Los Resultados De Investigación												X				
Tema N°12	Presentación De Los Resultados De Investigación													X			
Tema N°13	Presentación De Los Resultados De Investigación														X		
Tema N°14	Presentación De Los Resultados De Investigación															X	
Tema N°15	Presentación De Los Resultados De Investigación																X

Presupuestos

Materiales y/ o actividades	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cuaderno	Und	1	5.00	5.00
Lápiz	Und	1	1.00	1.00
Lapicero	Und	2	2.00	4.00
USB	Und	1	30.00	30.00
Impresión	Und	2	0.30	0.60
Sobre manila	Und	1	0.50	0.50
Copias	Und	20	0.10	2.00
Una laptop	Und	1	1,700.00	1,700.00

Preguntas al Representante	Características	Conteo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Conteo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
	AUTOMOTRIZ BRAYAN		Jr. Moquegua N° 748		Miraflores 3ra zona		
s	AUTOMOTRIZ SORIANO SAC		José pardo N° 1145				
	CENTRO AUTOMOTRIZ RAFY SAC		Av. José pardo & jr. Iquitos				
	MOTORMAS E.I.R.L		Av. Enrique Meiggs mz. C2 - 14, urbanización el trapecio				
	MECÁNICA FERNADEZ		Av. José pardo N° 1221, Chimbote				
	INTRANET EIRL		Jr, Ica N° 588, Chimbote				
	MULTIOBRECH E.I.R.L		Jirón almirante guise, Chimbote				
	MECÁNICA EL ÁNGEL		Ladislao espinar, Chimbote				
	MECÁNICA KIKE		José pardo N° 1893, Chimbote				
	ASISTENCIA Y MECANICA AUTOMOTRIZ S.R.L		Av. José pardo Nro. 1176				
	MECANICA AUTOMOTRIZ CAMARO S.A.C.		Jr san Martin mz r lt 11 ah Miraflores alto				
	MECANICA TAMARIZ SRL		Jr. Unión N° 429 Miramar bajo				
	G Y R MULTISERVICIOS S.A.C.		Av. Enrique Meiggs. N° 589 Miramar bajo				
	SERVICIOS GENERALES AUTOMOTORES E.I.R.L.		Av. Leoncio prado. N° 1575 Miramar alto				
	GRAU INVERSIONES Y SERVICIOS DEL PERU E.I.R.L.						
	AUTOMECANICA SAN MIGUEL		Av. Enrique Meiggs 1141, Chimbote				
	MECANICA SERGIO		Av. Pardo 1543				
	FRENO HUIMAN S.R.L		Av. José Pardo N° 1115				

Anexo 02

➤ Muestra y población

La población de las micro y pequeñas empresas del rubro de mantenimiento de autos consta de 30 mypes las cuales se encuestaron a 19 mypes. Tomando esta muestra donde se aplico las encuestas, que consta del cuestionario a fin de terminar las características de estas micro y pequeñas empresas en la localidad.

Anexo 03

Edad Del Encuestado	20 a menos de 30 años	I	1	5.26		0	0
	30 a menos de 40 años	III I	6	31.58		0	0
	40 a menos de 50 años	III III	10	52.63	1	1	100
	50 a mas	II	2	10.53		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
Genero Del Encuestado	Masculino	III III III II	17	89.47		1	100
	Femenino	II	2	10.53	I	0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
Grado De Instrucción	Primaria		0	0		0	0
	Secundaria	III III	5	26.32		0	0
	Superior técnico	III III II	12	63.16		0	0
	superior universitario	II	2	10.53	I	1	100
	Total	19	19	100	1	1	100
Cargo En La Empresa	Titular -Gerente	I	1	5.26		0	0
	Administrador	III	5	26.32	I	1	100
	Encargados	III III III	13	68.42		0	0
	Otros		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100

CASO DE LA EMPRESA SOMERESA E.I.R.L							
Preguntas al Representantes	Características	Conteo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Conteo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo que tiene la empresa en el mercado	De cero a menos 3 años		0	13.2		0	0
	De 3 a menos 6 años	I	1	59.2		0	0
	De 6 a mas años	III III III III	18	19.7	I	1	100
	Total	19	19	100	1	1	100
Finalidad por la cual se creó la empresa	Generar utilidades	III II	7	36.84	I	1	100
	Generar empleo		0	0		0	0
	Satisfacer necesidades del cliente	III III II	12	63.16		0	0
	Otros		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
La empresa cuenta con otro local comercial	Si	III	3	15.79		0	0
	No	III III III I	16	84.21	I	1	100
	Total	19	19	100	1	1	100
Misión y	Si	III III III	19	100	I	1	100

Continúa....
100

visión de la empresa		III					
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100		1	100

Preguntas al Representantes	Características	Conteo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Conteo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce lo que es gestión de calidad	Si	III III III III	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
Realiza una gestión de calidad la empresa	Si	III III III III	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
La empresa planifica gestión de calidad	Si	III III III III	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
Servicio de calidad con respecto a su competidor	Si	III III III III	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
Proceso establecido de la empresa en la atención al cliente	Si	III III III III	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
La empresa satisface necesidades del cliente	Si	III III III III	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
Fidelización de los clientes	Si	III III III III	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
Libro de reclamaciones de la empresa	Si	III III III III	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
Amplia información del servicio que brinda la empresa.	Si	III III III III	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
Área para decepcionar los reclamos del cliente dentro de la empresa	Si	III III III III	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100

Comprende a los clientes que visitan a su empresa	Si	 	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
Canales de comunicación que usa con los clientes la empresa	Si	 	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100

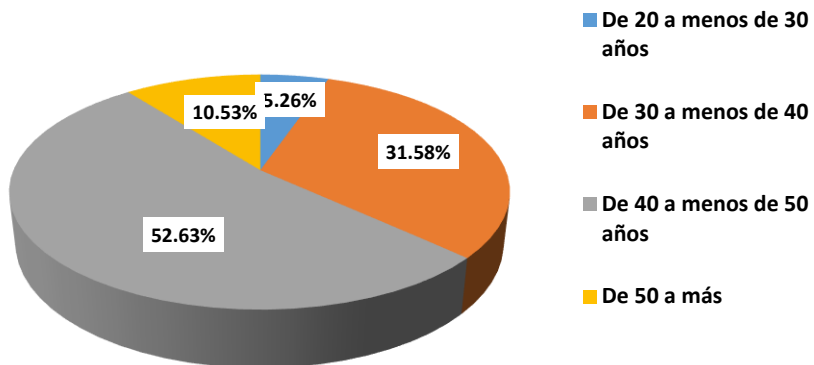
Canales de comunicación para relacionarse con los clientes	Comunicación directa		10	52.63	I	1	100
	Página web		0	0		0	0
	Redes sociales		0	0		0	0
	Correo electrónico		0	0		0	0
	T.A		9	47.37	I	1	100
	Total	19	19	100	1	1	100
Nivel de satisfacción que realiza la empresa ante los clientes	Si	 	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
Capacitación que brinda la empresa para una buena atención al cliente	Si	 	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
Tareas y responsabilidades que el personal tiene para brindar una buena atención al cliente	Si	 	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100
Implemento de seguridad que tiene la empresa	Si	 	19	100	I	1	100
	No		0	0		0	0
	Total	19	19	100	1	1	100

Anexo 4

➤ Gráficos

Figura 1

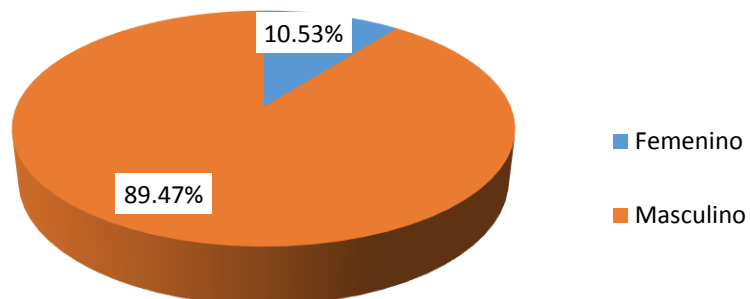
Edad del representante



Fuente: Tabla 1

Figura 2

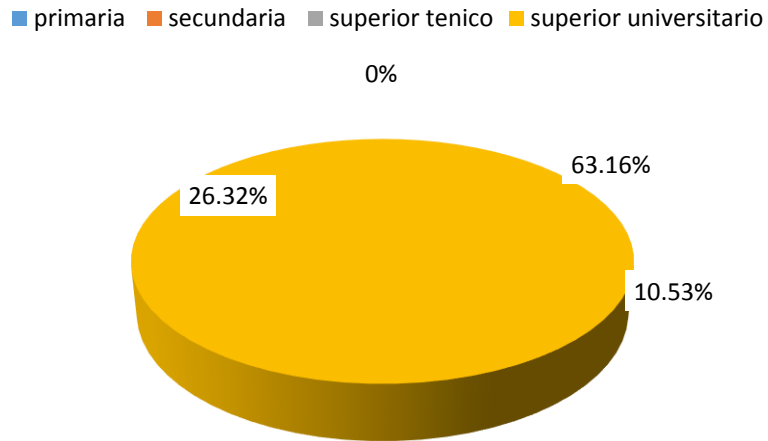
Genero del representante



Fuente : tabla 1

Figura 3

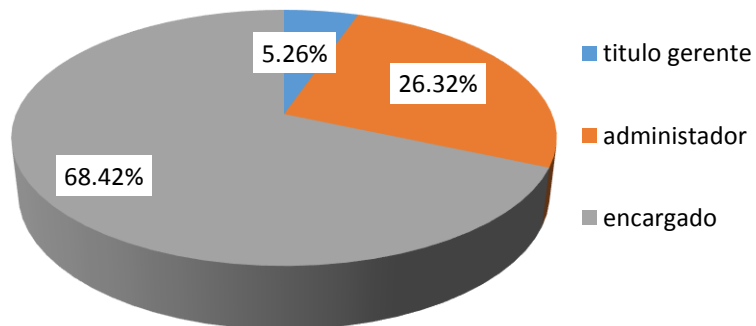
Grado de instrucción del representante



Fuente: Tabla 1

Figura 4

Cargo que desempeña en la empresa

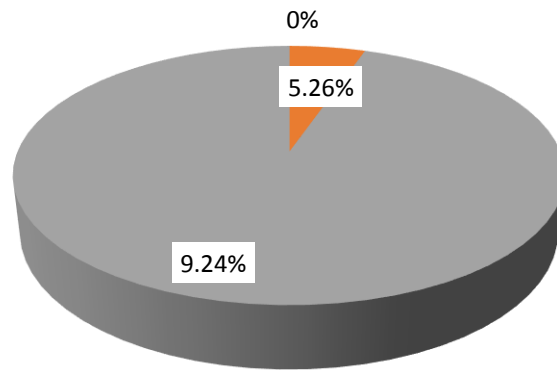


Fuente: Tabla 1

Figura 5

Tiempo que tiene la empresa en el mercado

■ de cero a menos de 3 años ■ de 3 a menos de 6 años
■ de 6 a mas años

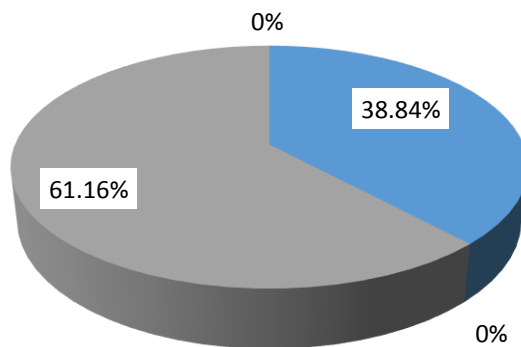


Fuente: Tabla 2

Figura N° 6

Finalidad por la cual se creó la empresa

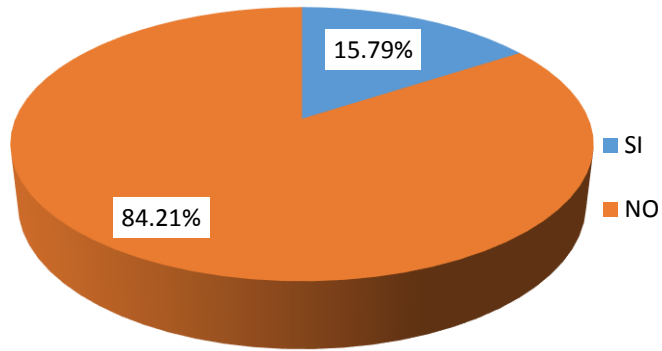
■ generar utilidades ■ generar empleo
■ satisfacer necesidades del cliente ■ otros



Fuente: tabla 2

Figura 7

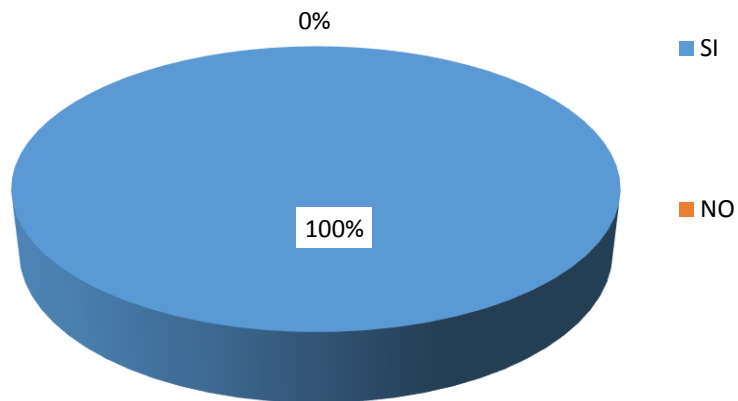
La empresa cuenta con otro local comercial



Fuente: Tabla 2

Figura 8

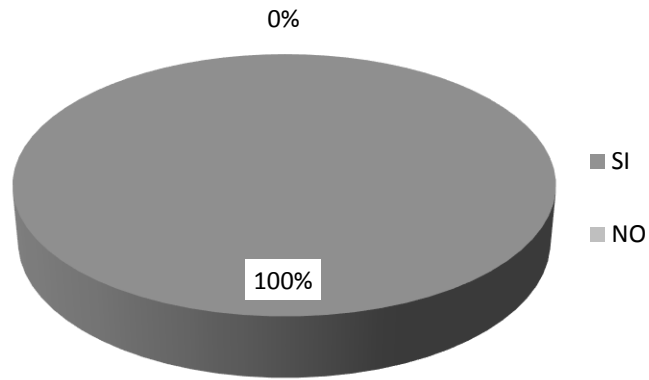
Conoce lo que es gestión de calidad



Fuente: Tabla 2

Figura 9

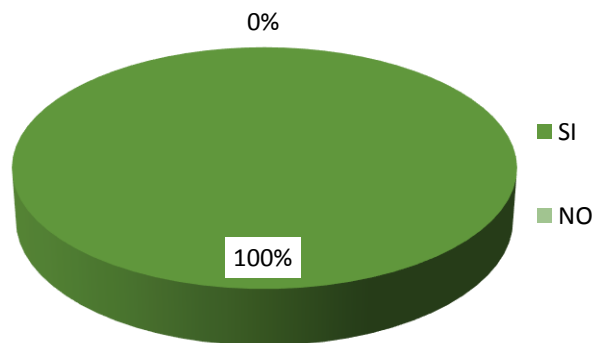
Realiza una gestión de calidad la empresa



Fuente: Tabla 3

Figura 10

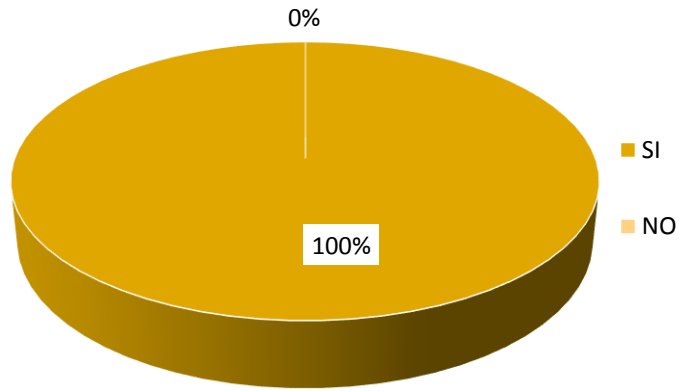
La empresa planifica gestión de calidad



Fuente: Tabla 3

Figura 11

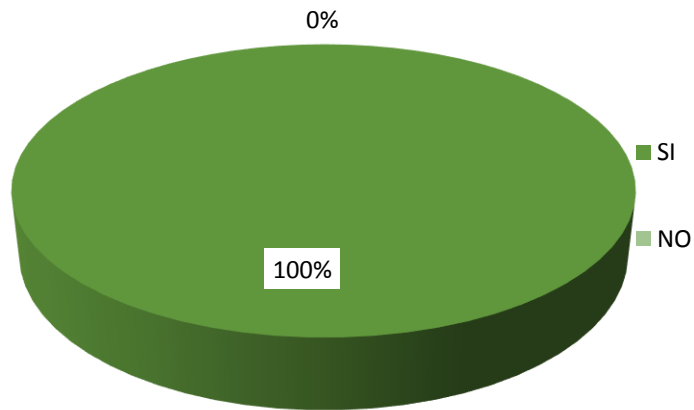
Servicio de calidad con respecto a su competidor



Fuente: Tabla 3

Figura 12

Proceso establecido de la empresa en la atención al cliente



Fuente: Tabla 3

Figura 13

La empresa satisface necesidades del cliente

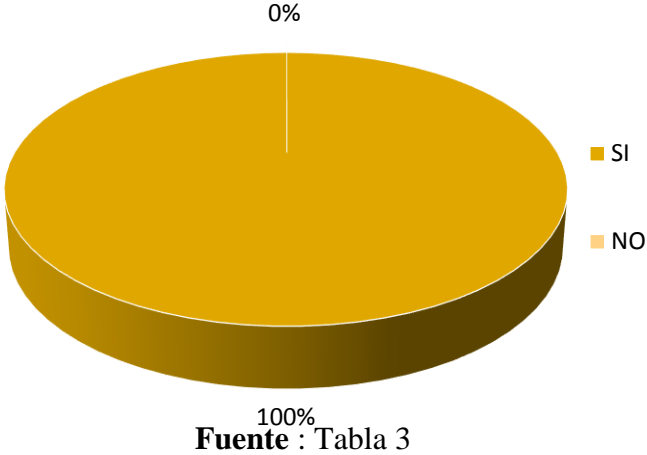


Figura 14

Fidelizacion de los clientes

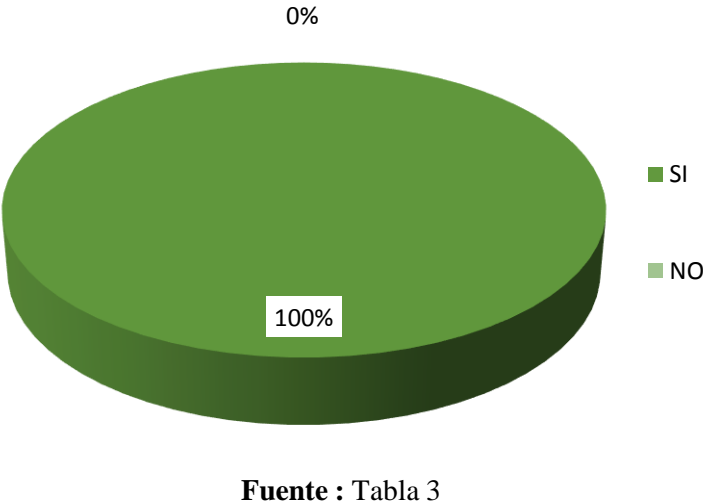
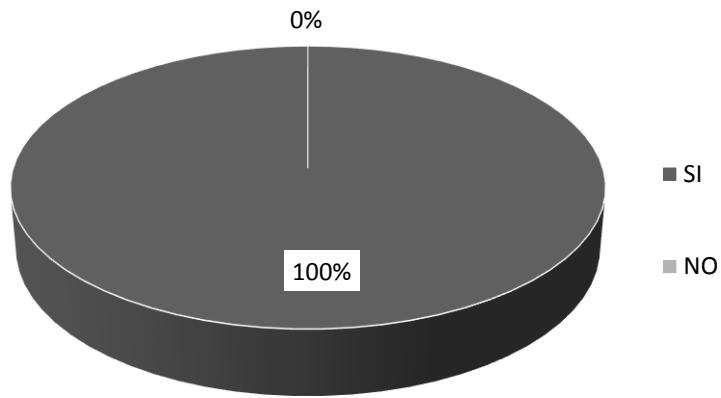


Figura 15

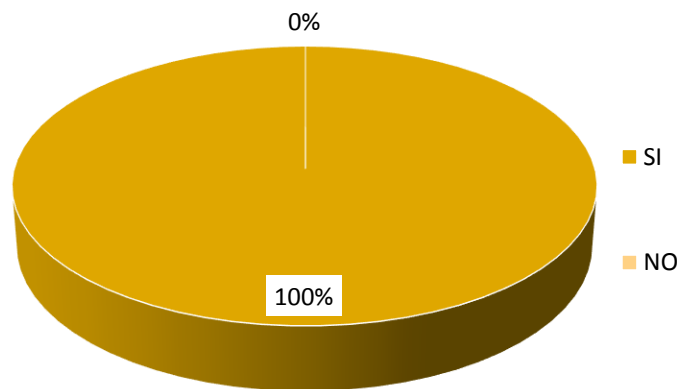
Libro de reclamaciones de la empresa



Fuente: Tabla 3

Figura 16

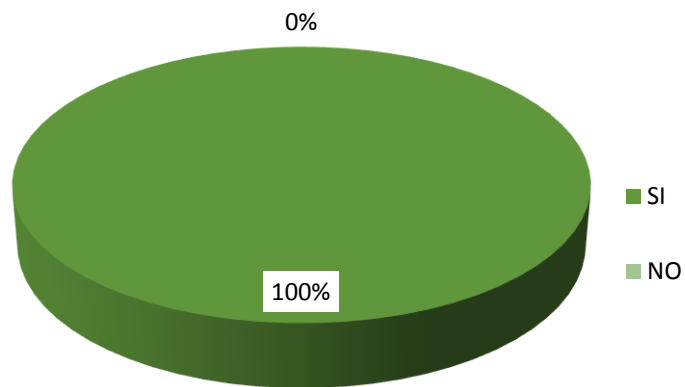
Amplia información del servicio que brinda la empresa.



Fuente : tabla 3

Figura 17

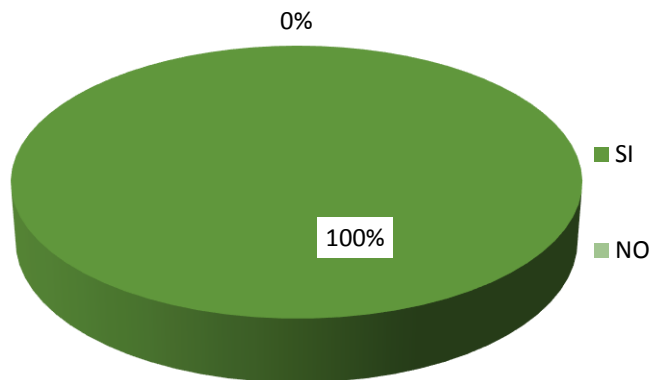
Área para decepcionar los reclamos del cliente dentro de la empresa



Fuente: Tabla 3

Figura 18

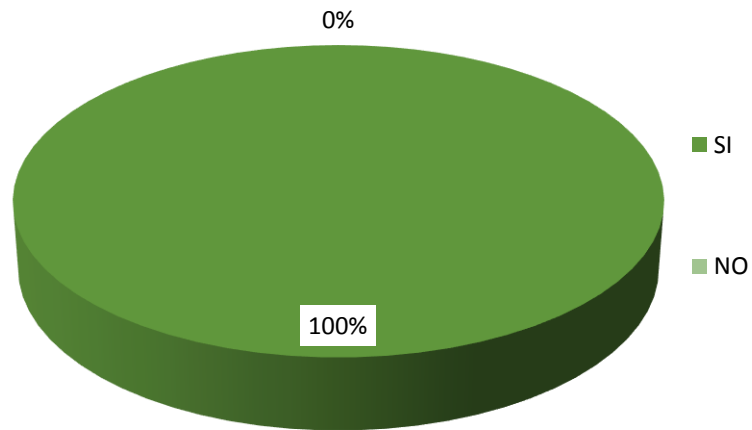
Comprende a los clientes que visitan a su empresa



Fuente: Tabla 3

Figura 19

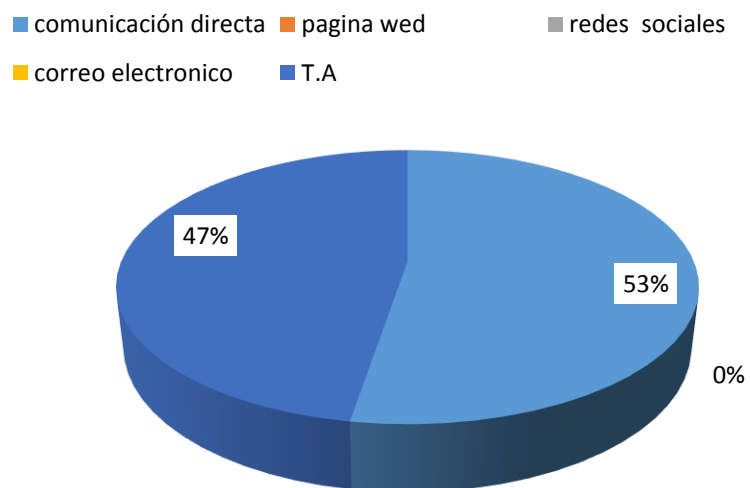
Canales de comunicación que usa con los clientes la empresa



Fuente: Tabla 3

Figura 20

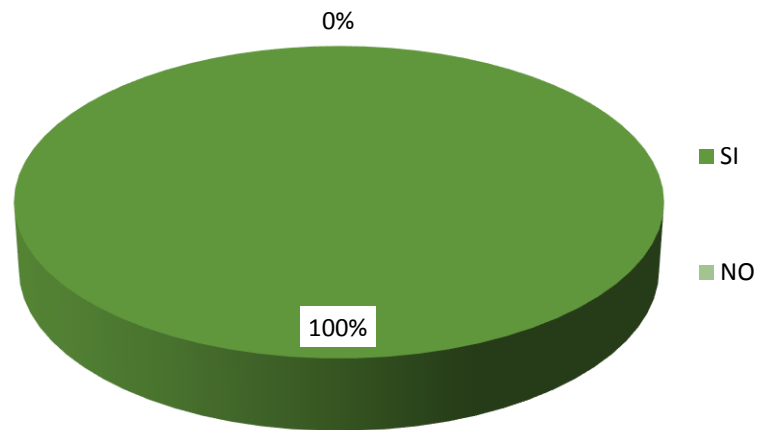
Canales de comunicación para relacionarse con los clientes



Fuente: Tabla 3

Figura 21

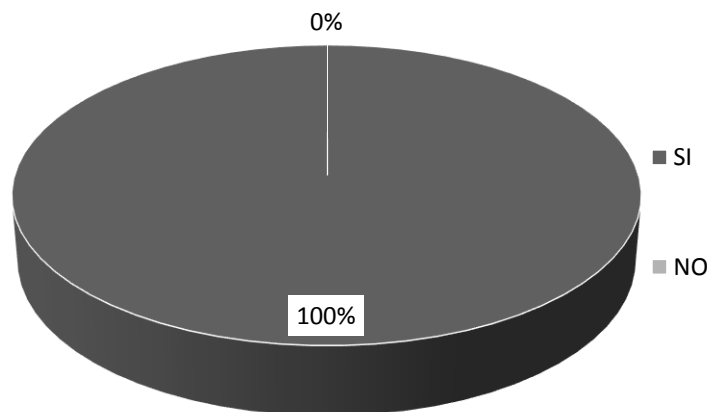
Nivel de satisfacción que realiza la empresa ante los clientes



Fuente: Tabla 3

Figura 22

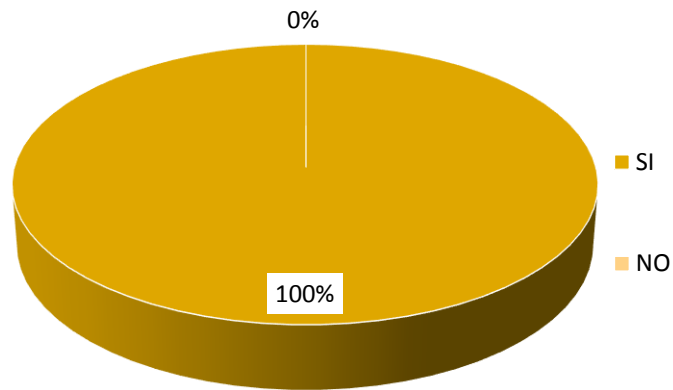
Capacitación que brinda la empresa para una buena atención al cliente



Fuente: Tabla 3

Figura 23

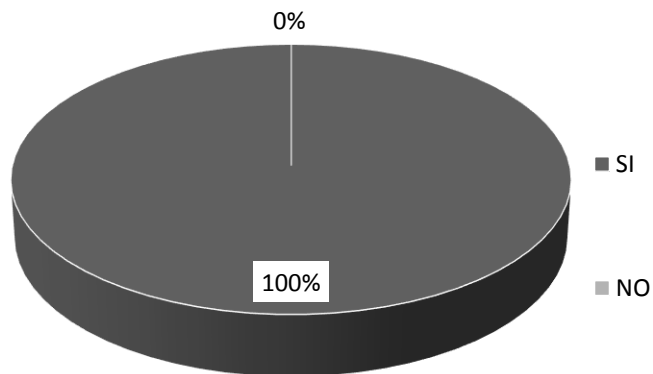
Tareas y responsabilidades que el personal tiene para brindar una buena atención al cliente



Fuente: Tabla 3

Figura 24

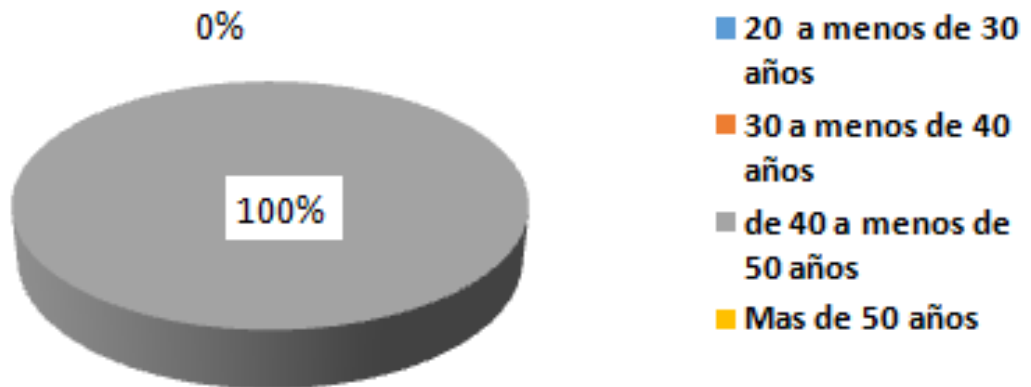
Implemento de seguridad que tiene la empresa



Fuente: Tabla 3

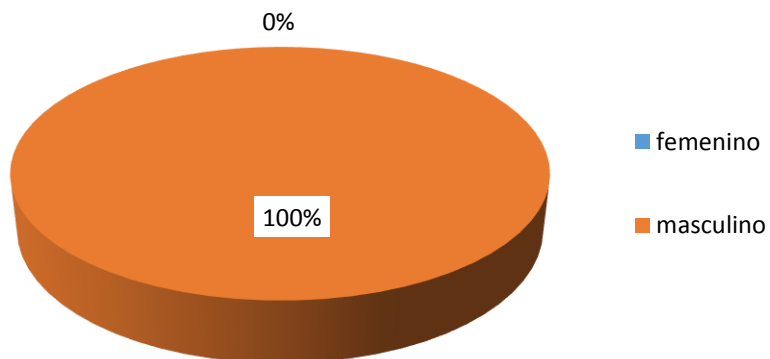
**FIGURAS DEL CASO DE LA EMPRESA
SOMERESA EIRL**

Figura 25
Edad del representante



Fuente: Tabla1

Figura 26
Genero del representante

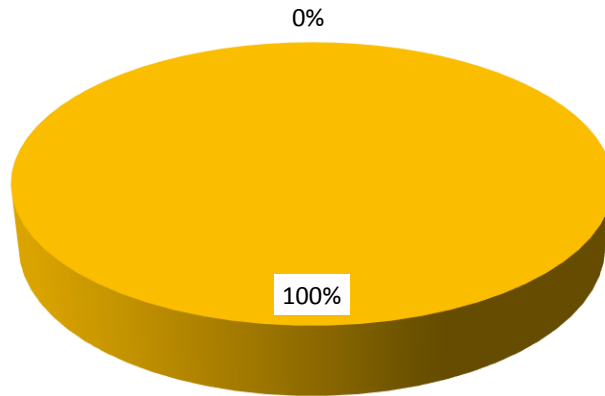


Fuente: Tabla1

Figura 27

Grado de instrucción del representante

■ primaria ■ secundaria ■ superior tecnico ■ superior universitario

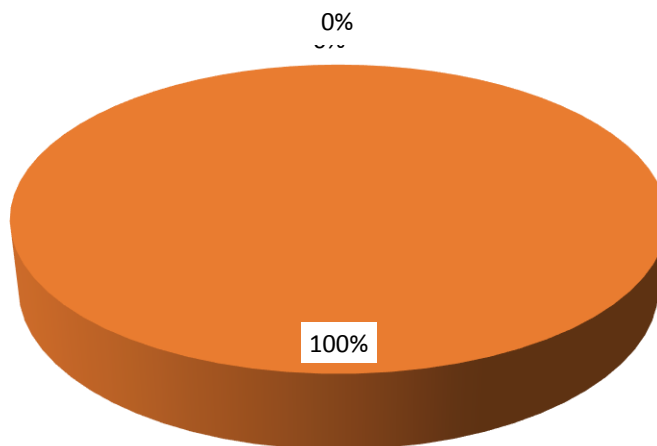


Fuente: Tabla1

Figura 28

Cargo que desempeña en la empresa

■ Titular - Gerente ■ Administrador ■ Encargado ■ Otro

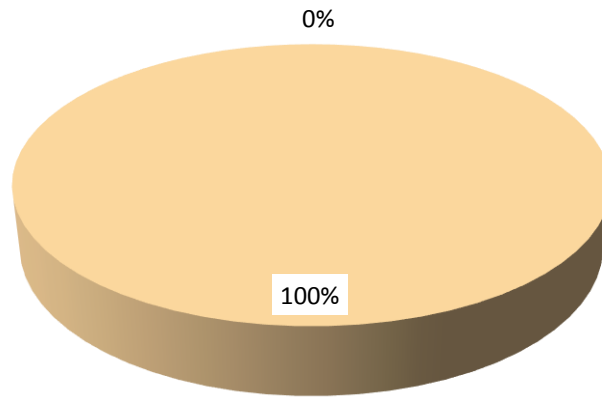


Fuente: Tabla1

Figura 29

Tiempo que tiene la empresa en el mercado

■ De cero a menos de 3 años ■ De 3 a menos de 6 años ■ De 6 a mas años

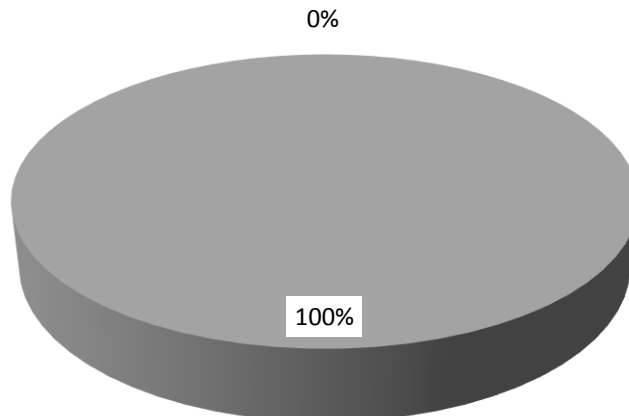


Fuente: Tabla 2

Figura 30

Finalidad por la cual se creó la empresa

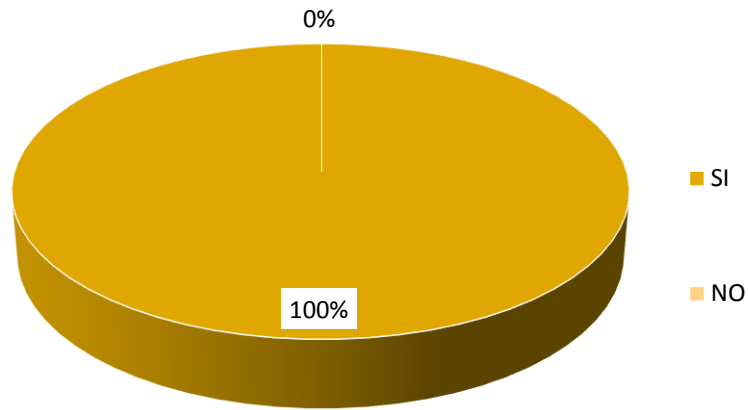
■ generar utilidades ■ generar empleo ■ satisfacer necesidades del cliente ■ otros



Fuente: Tabla 2

Figura 31

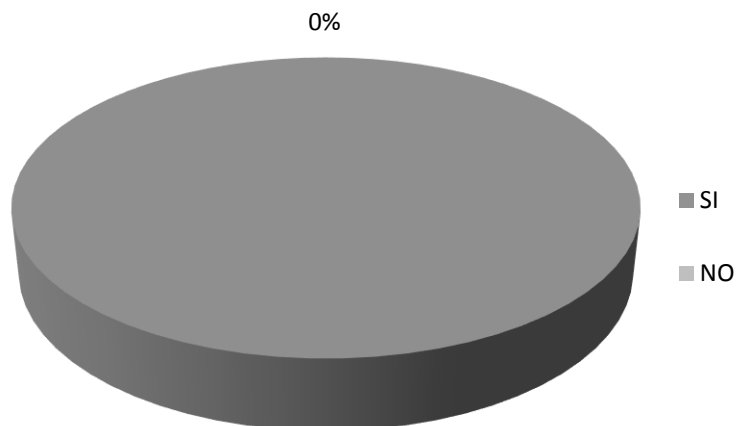
La empresa cuenta con otro local comercial



Fuente: Tabla 2

Figura 32

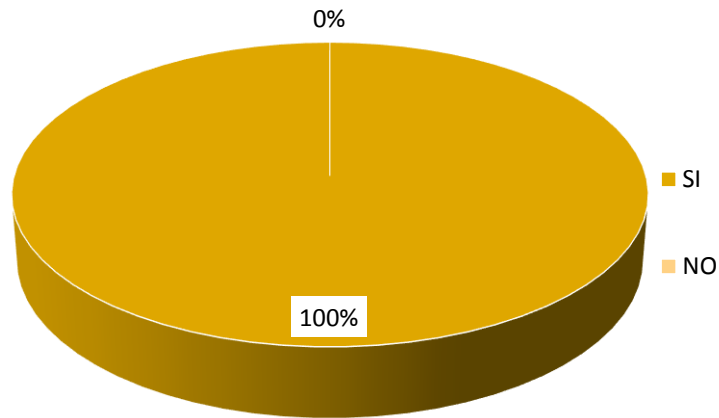
Conoce lo que es gestión de calidad



Fuente: Tabla 2

Figura 33

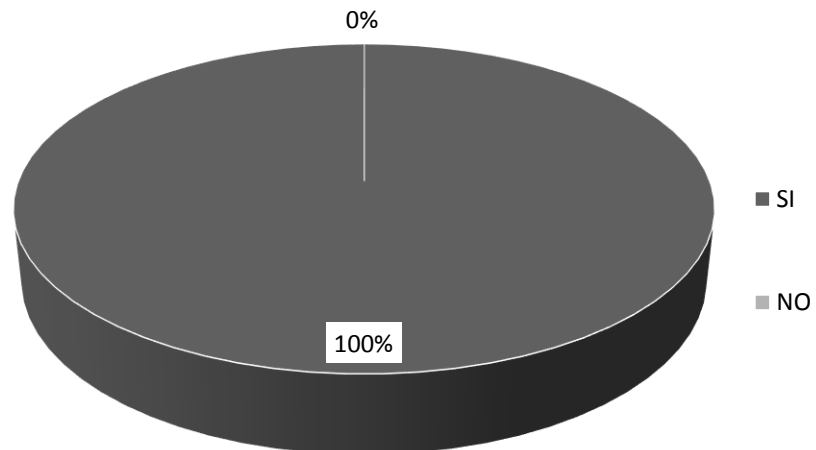
Realiza una gestión de calidad la empresa



Fuente: Tabla 3

Figura 34

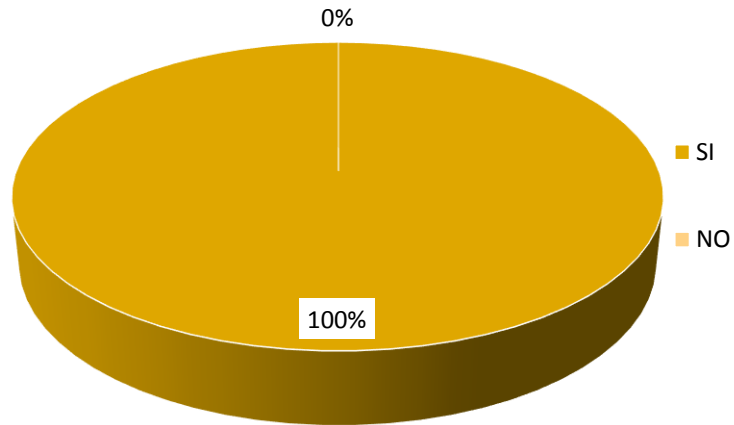
La empresa planifica gestión de calidad



Fuente: Tabla 3

Figura 35

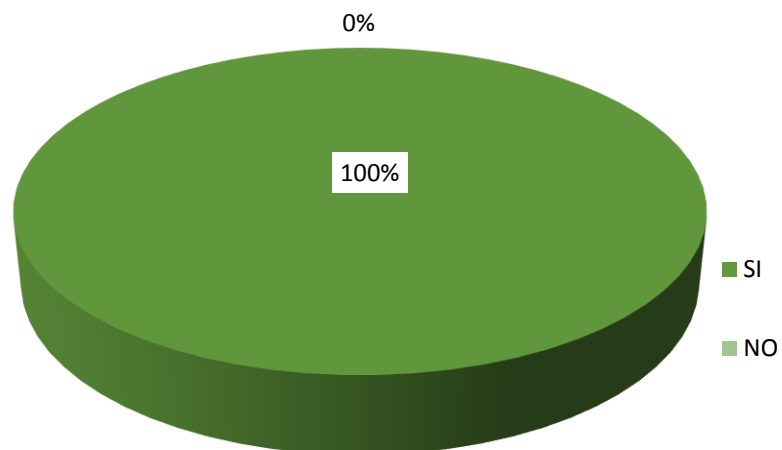
Servicio de calidad con respecto a su competidor



Fuente: Tabla 3

Figura 36

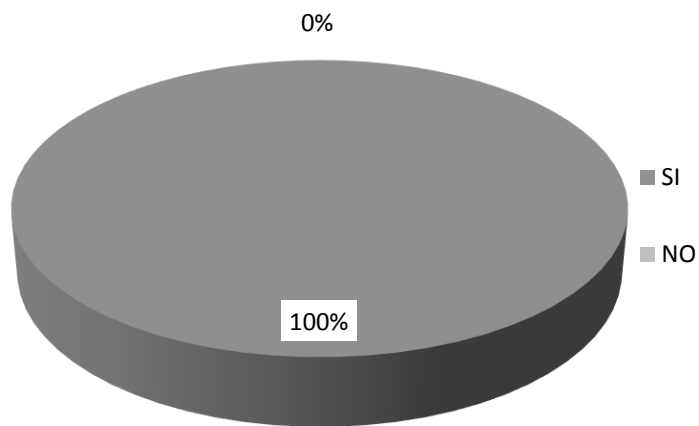
Proceso establecido de la empresa en la atención al cliente



Fuente: Tabla 3

Figura 37

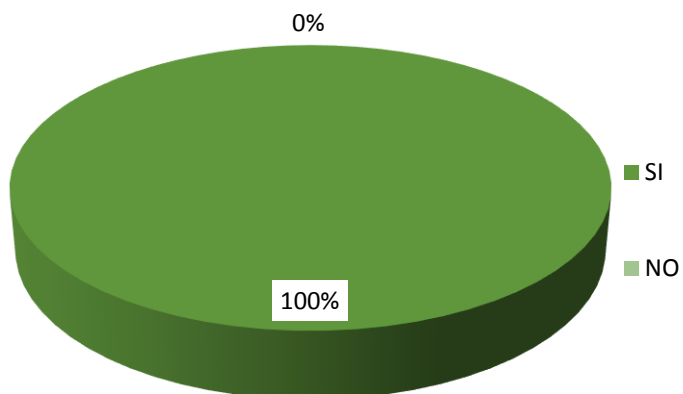
La empresa satisface necesidades del cliente



Fuente: Tabla 3

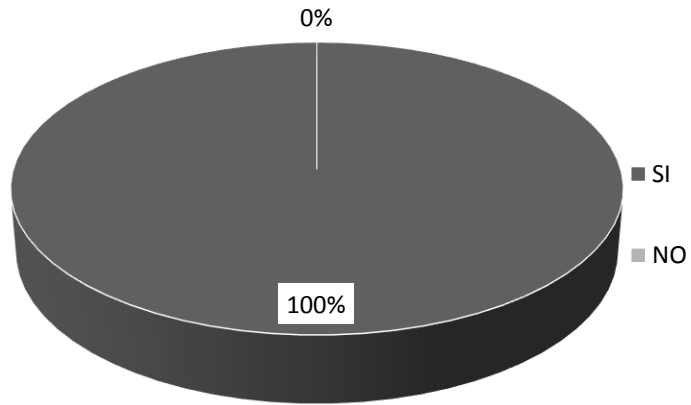
Figura 38

Fidelizacion de los clientes



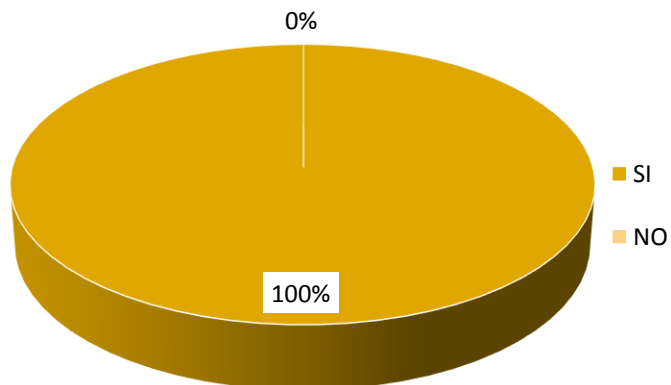
Fuente: Tabla 3

Figura 39
Libro de reclamaciones de la empresa



Fuente: Tabla 3

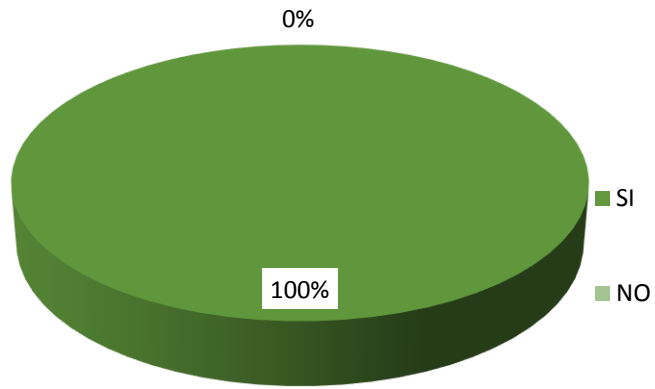
Figura 40
Amplia información del servicio que brinda la empresa.



Fuente: Tabla 3

Figura 41

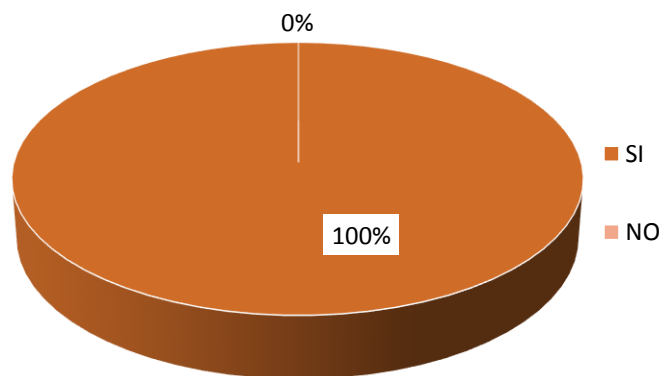
Área para decepcionar los reclamos del cliente dentro de la empresa



Fuente: Tabla 3

Figura 42

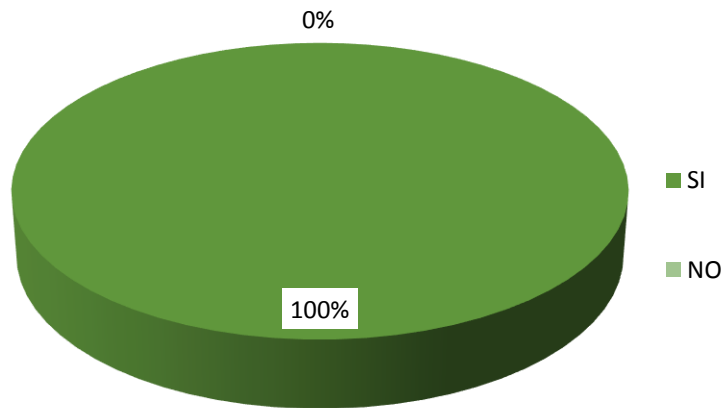
Comprende a los clientes que visitan a su empresa



Fuente: Tabla 3

Figura 43

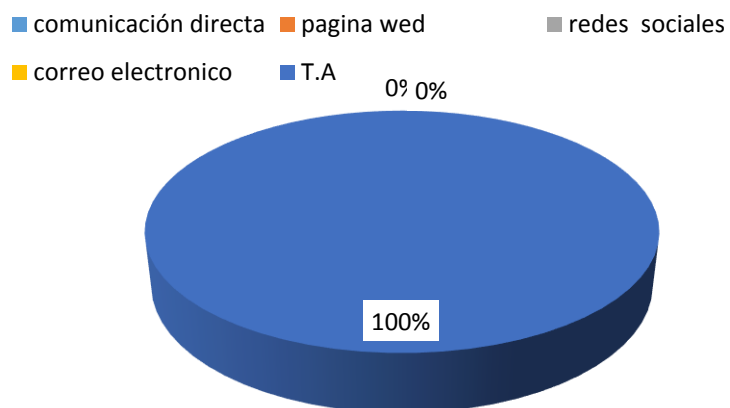
Canales de comunicación que usa con los clientes la empresa



Fuente: Tabla 3

Figura 44

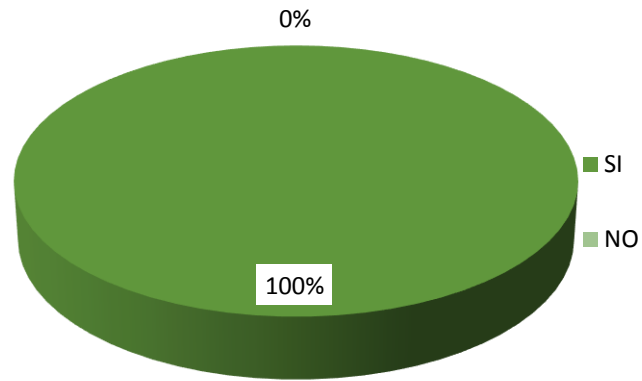
Canales de comunicación para relacionarse con los clientes



Fuente: Tabla 3

Figura 45

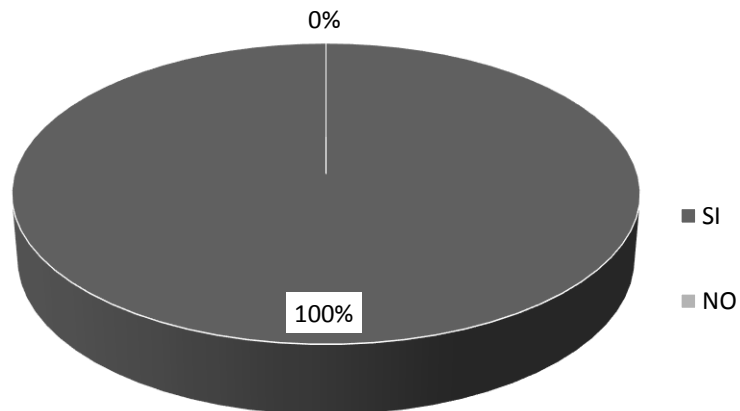
Nivel de satisfacción que realiza la empresa ante los clientes



Fuente: Tabla 3

Figura 46

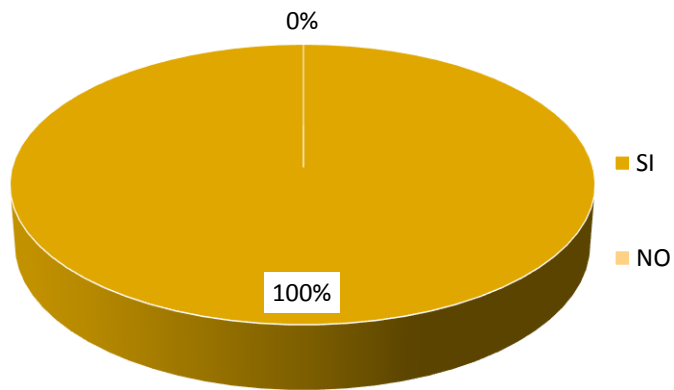
Capacitación que brinda la empresa para una buena atención al cliente



Fuente: Tabla 3

Figura 47

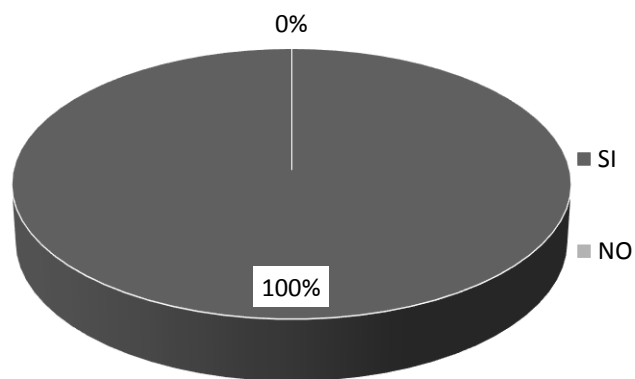
Tareas y responsabilidades que el personal tiene para brindar una buena atención al cliente



Fuente: Tabla 3

Figura 48

Implemento de seguridad que tiene la empresa



Fuente: Tabla 3

Anexo 5

➤ Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

Encuesta aplicada a los dueños, gerentes y/o representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - mantenimiento de autos distrito de Chimbote provincia del santa 2018. Caso de la empresa de autoservicios SOMERESA EIRL.

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las micro y pequeñas empresas del rubro mantenimiento de autos del distrito de Chimbote.

La recopilación de la información que nos proporcionara será usada con fines exclusivamente académicos, respectándose así una política de privacidad.

Encuestador: Zavaleta azabache randy

fecha 27/05/2018

ACERCA DE REPRESENTANTE DE LA EMPRESA

- 1) ¿Cuál es su edad?**
 - a) De 20 a menos 30 años
 - b) De 30 a menos de 40 años
 - c) De 40 a menos de 50 años
 - d) De 50 a mas

- 2) ¿Cuál es su género?**
 - a) Masculino
 - b) Femenino

- 3) ¿Cuál es su grado de instrucción?**
 - a) primaria
 - b) secundaria
 - c) superior técnico
 - d) superior universitario

- 4) ¿Qué cargo desempeña en la empresa?**
 - a) Titulo gerente
 - b) Administrador
 - c) Encargado
 - d) Otros

ACERCA DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

- 5) ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?**
 - a) De cero a menos 3 años
 - b) De 3 a menos 6 años
 - c) De 6 a mas años

- 6) ¿Cuenta su empresa con una misión y visión?**
 - a) Si
 - b) no

7) ¿Cuál es su finalidad por la cual se creó su empresa?

- a) generar utilidades
- b) generar empleo
- c) satisfacer las necesidades del cliente
- d) otros. _____

8) ¿Cuánta su empres con otro local comercial?

- a) si
- b) no

ACERCA DE GESTION DE CALIDAD

9) ¿Conoce usted lo que es gestión de calidad?

- a) si
- b) no

10) ¿Realiza una gestión de calidad su empresa?

- a) si
- b) no

11) ¿La empresa planifica sus actividades para realizar una gestión de calidad?

- a) si
- b) no

12) ¿Considera usted que su servicio es de calidad con respecto a su competidor?

- a) Si
- b) No

RESPECTO A LA ATENCION DEL CLIENTE

13) ¿Su empresa tiene un proceso establecido en la atención al cliente?

- a) Si
- b) no

14) ¿Considera usted que su servicio satisface las necesidades de sus clientes?

- a) si
- b) no

15) ¿Considera usted que sus clientes son fidelizados?

- a) si
- b) no

16) ¿Su empresa cuenta con un libro de reclamaciones?

- a) si
- b) no

17) ¿Considera que los clientes tienen una amplia información del servicio que brinda?

- a) Si
- b) No

18) ¿Su empresa cuenta con un área para decepcionar los reclamos del cliente?

- a) si
- b) no

19) ¿Usted comprende a los clientes exigentes que visitan a su empresa?

- a) si
- b) no

20) ¿Usted usa canales de comunicación con los clientes?

- a) si
- b) no

21) ¿Qué canales de comunicación utiliza para relacionarse con sus clientes?

- a) Comunicación directa
- b) Pagina web
- c) Redes sociales
- d) Correo electrónico
- e) T.A

22) ¿La empresa realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente?

- a) si

b) no

23) ¿Su personal recibe capacitaciones para brindar una buena atención al cliente?

a) si

b) no

24) ¿El personal tiene claro cuáles son sus tareas y responsabilidades para brindar una buena atención al cliente?

a) si

b) no

25) ¿Cuánta con los implementos de seguridad su empresa?

a) si

b) no