



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE
DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO,
RUBRO METALMECÁNICA, EN EL DISTRITO DE HUACHO,
2019.

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

AUTOR

Br. TREBEJO GALINDO, RONAL ROYLAN
ORCID: 0000-0002-9433-5121

ASESOR

Dr. CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE – PERU
2019**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Br. TREBEJO GALINDO, RONAL ROYLAN

Código ORCID: 0000-0002-9433-5121

Universidad católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Chimbote, Perú.

ASESOR

Dr. CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

Código ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias, Contables, Financieras y Administrativas, escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú.

JURADO

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Código ORCID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Código ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

Código ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

HOJA DEL JURADO EVALUADOR

Mgtr. Morillo Campos Yuly Yolanda

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

Miembro

Mtro. Cerna Izaguirre Julio César

Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera profesional, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme sabiduría, experiencias y sobre todo felicidad.

Agradezco a la empresa Redondos S.A. por haberme apoyado en mi formación profesional y a los profesores que fueron parte de mi desarrollo y a la universidad Uladech por haberme permitido lograr mis metas.

DEDICATORIA

A Dios por darme esta oportunidad de seguir esta carrera profesional lo cual hoy en día me identifica y por agradecerle por iluminarme y darme la fuerza necesaria a lo largo de esta etapa universitaria.

Dedico este trabajo de investigación, a mi familia, en especial a mi padre Víctor Trebejo Izquierdo y a mi madre Orfelinda Galindo Espinoza que supieron inculcarme valores y permitir mi crecimiento personal y profesional.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal: Determinar las principales características en la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector servicio, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019. En cuanto al tipo de investigación descriptivo, nivel aplicativo con enfoque cuantitativo y diseño no experimental-transversal- descriptivo. Se tomó una muestra de 18 micro y pequeñas empresas, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario en la cual se llegó a las siguientes conclusiones: el 61% tienen una edad de entre 31 a 50 años, el 89% son varones, el 44% cuentan con estudio superior no universitario, el 56% son propietarios de su propio negocio y el 44% tienen de 4 a 6 años en el cargo. En cuanto al número de empleados 50% tienen de 6 a 10 trabajadores, el 56% se creó para generar ganancias y el 39% tiene de entre 4 a 6 años en el rubro de metalmecánica. En cuanto a que si las MYPE conocen el término de Gestión de Calidad, el 67% manifestó que no, el 67% manifestó que no usa ninguna técnica para mejorar la gestión de calidad, el 28% de las MYPE aplican la técnica de la observación y la técnica de la evaluación, el 44% manifestó que a veces la gestión de calidad ayudaría a alcanzar los objetivos y metas, el 39% no tiene conocimiento acerca de la atención al cliente, el 56% los representantes de las MYPE brindaron un buen el trato hacia los clientes, el 50% brinda una buena atención y orientación a los clientes y el 39% de las empresas manifestaron no haber brindado ninguna capacitación.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de Calidad, Micro y Pequeñas Empresas

ABSTRACT

The present research work had as main objective: To determine the main characteristics in Customer Service as a relevant factor of Quality Management in micro and small companies in the service sector, Metalworking in the District of Huacho, 2019. Regarding type of descriptive research, application level with quantitative approach and non-experimental-cross-descriptive design. A sample of 18 micro and small companies was taken, using the survey technique and as an instrument the questionnaire in which the following conclusions were reached: 61% are between 31 and 50 years old, 89% are male , 44% have a non-university study, 56% own their own business and 44% have 4 to 6 years in office. As for the number of employees 50% have 6 to 10 workers, 56% was created to generate profits and 39% are between 4 and 6 years old in the metalworking sector. As to whether the MYPE know the term Quality Management, 67% said no, 67% say they do not use any technique to improve quality management, 28% of the MYPE apply the observation technique and the evaluation technique, 44% state that sometimes quality management would help achieve the objectives and goals, 39% have no knowledge about customer service, 56% MYPE representatives provide a good the treatment towards the clients, 50% provides a good attention and orientation to the clients and 39% of the companies declared not to have provided any training.

Keywords: Customer Service, Quality Management, Micro and Small Business

CONTENIDO

Titulo.....	i
EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
HOJA DEL JURADO EVALUADOR.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO.....	viii
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras.....	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de Literatura.....	5
III. Hipótesis.....	26
IV. Metodología.....	27
4.1. Diseño de investigación.....	27
4.2. Población y muestra.....	27
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	28
4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	30
4.5. Plan de análisis.....	30
4.6. Matriz de consistencia.....	35
4.7. Principios éticos.....	37
V. Resultados.....	38
5.1. Resultados.....	38
5.2. Análisis de Resultados.....	43
VI. Conclusiones.....	56
Referencias.....	58
Anexos.....	62

Índice de Tablas

<i>Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica, en el distrito de Huacho, 2019.....</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 2. Características de las micro y pequeñas del sector servicio, rubro metalmecánica del Distrito de Huacho, 2019.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 3. Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 3. Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 4. Plan de mejora a los resultados para la aplicación en la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019</i>	<i>42</i>

Índice de Figuras

Figura 1. Edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas.....	66
Figura 2. Género de los representantes.	67
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes.	68
Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes.	68
Figura 5. Tiempo desempeñándose en el cargo.	69
Figura 6. Cantidad de trabajadores con los que cuenta su empresa.	69
Figura 7. la empresa se creó con el objetivo de:	70
Figura 8. Tiempo que tiene trabajando en el rubro.	70
Figura 9. tiene Ud. conocimiento acerca de la Gestión de Calidad.	70
Figura 10. Ha aplicado técnicas dentro de la empresa, para mejorar la gestión de calidad.	70
Figura 11. Qué técnicas aplica para medir el rendimiento laboral de sus trabajadores.	72
Figura 12. Cree usted que la Gestión de Calidad, puede ayudar a alcanzar los objetivos y metas.	72
Figura 13. Tiene conocimiento acerca de la Atención al Cliente.	73
Figura 14. Cómo cree usted que es el trato que se les brinda a los clientes.....	73
Figura 15. Brindar una buena atención y orientación al cliente le permitirá posicionarse adecuadamente en un mercado competitivo.	74
Figura 16. La Empresa brinda alguna capacitación a sus empleados para que brinden un buen servicio al cliente.	74

I. Introducción

El trabajo de investigación que a continuación presento está relacionado con la Gestión de Calidad como un factor muy relevante en la Atención al Cliente, involucrado en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro Metal Mecánica, teniendo en consideración establecer un plan de mejora que signifique ser más competitivos y atractivo en la competencia que se pueda presentar en el futuro con este tipo de empresas, teniendo como objetivo desarrollar una gestión de calidad para mejorar la atención al cliente y así poder brindar a los pequeños y micro empresarios el mejor servicio.

Al respecto, Okpara y Wynn (2007) citados por Avolio, Mesones y Roca, (s/f), manifiestan que los pequeños negocios de servicios considerados en el rubro de metalmecánica, poseen una fuerza de crecimiento del desarrollo.

Actualmente las micro y pequeñas empresas que desconocen las técnicas de atención al cliente no están acorde de lo que realmente el cliente debe sentir y manifestar su incomodidad a como el colaborador no lo considera como una pieza importante en la organización. Se debe tener en cuenta que el conjunto de actividades del cual se debe ofrecer el servicio al cliente debe de estar enmarcado en una buena gestión de calidad y a través del tiempo, manteniendo la fidelización y la imagen de la empresa.

La Gestión de Calidad viene hacer un conjunto de actividades en la cual la empresa establece internamente un proceso que tiene como finalidad brindar un buen servicio al cliente para poder interrelacionarse y hacer más competitiva y solvente las empresas en este rubro de metal mecánica.

En la ciudad de Huacho, ubicamos micro y pequeñas empresas que cuentan con colaboradores que no tienen la experiencia en el ámbito de la atención al cliente y es más los que dirigen este tipo de empresas son pequeños empresarios que han surgido más que todo por su fuerza de voluntad y emprendimiento, sin tener un aprendizaje que les permita crecer y desarrollarse empresarialmente.

Por tal motivo han buscado sobrevivir a una competencia de empresas mucho más experimentadas en el rubro de metal mecánica, por tanto, estas empresas necesitan tener y mejorar en proponer y llevar a cabo un buen trabajo en la atención al cliente.

La presente investigación es de suma importancia, porque tiene la finalidad de mejorar y mantener una buena atención al cliente y así hacer de estas empresas el mejoramiento continuo, donde brindar la atención al cliente es hacerle sentir satisfecho y que sea del agrado de ellos para mejorar la rentabilidad de las organizaciones en la ciudad de Huacho.

La Industria Metal-Mecánica en la ciudad de Huacho, mantiene un flujo de operaciones muy dinámicas, por lo tanto, es muy alentador que estas industrias vean dentro de muy poco tiempo un desarrollo y competitiva. Por tanto, necesita obtener una información adecuada oportuna y fidedigna, lo que le permitirá mejorar en su gestión y adecuarlo a los requerimientos que necesita el cliente.

Las micro y pequeñas empresas hoy en día cuentan con colaboradores que solamente les preocupa trabajar y ofrecer sus servicios, sin tener en cuenta que el indicador fundamental son los clientes, por ello es necesario conocer los clientes a perfección, el mercado en la cual se desenvuelven la oferta y la demanda.

Vamos a desarrollar un estudio donde existen varios negocios que se encargan del rubro de Metalmecánica, sin embargo se desconoce si estas micro y pequeñas empresas se encuentran laborando bajo condiciones o conocimientos sobre Atención al cliente como factor relevante en la Gestión de calidad, en tal sentido se planteó el siguiente enunciado del problema: ¿Cuáles son las principales características en la Atención al Cliente como factor relevante de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019?.

Por tal motivo el siguiente trabajo de investigación tiene como objetivo general: Determinar las principales características en la Atención al Cliente como factor relevante de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019, de esta manera cuenta con los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las principales características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019.
- Determinar las principales características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019.
- Determinar las principales características en la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, año 2019.
- Elaborar un plan de mejora a los resultados para la aplicación en la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019.

Por lo tanto, el presente trabajo de investigación se justifica tendrá un diseño no experimental-transversal- descriptivo, los micro empresarios del rubro Metalmecánica deben conocer las técnicas de una adecuada gestión de calidad, su importancia en aplicar algunas técnicas, que sean el soporte de su actividad en un mejoramiento continuo, además establecer técnicas adecuadas para una atención al cliente para el mejoramiento de una rentabilidad constante. Así mismo la investigación beneficiara al gremio de pequeños empresarios del rubro metalmecánica porque conocerán la importancia que tiene la conducción de una gestión de calidad con perspectiva futura y como consecuencia se obtendrá el desarrollo y crecimiento de estas empresas teniendo en consideración estas dos variables importantes

Se tendrá en cuenta también que la investigación se obtendrá fuentes estadísticas que de una u otra manera ayudará a los pequeños empresarios a conocer las necesidades, el mercado y los gustos que se vean plasmados en la calidad de los trabajos metalmecánicos.

Concluyo que, en cuanto a las edades de los representantes se concluye más de la mitad tienen una edad promedio entre 31 a 50 años siendo este un indicador que los empresarios empiezan a formar sus empresas en una etapa madura. Con relación al grado de Instrucción de los representantes se obtuvo que el 44% cuentan con estudio superior no universitario ya que mayormente los que gestionan estos tipos de negocios son del nivel técnico. Esto contribuye a que la preparación para dirigir una empresa no es la adecuada, pero se pueden mejorar con la aplicación de las técnicas de atención al cliente. En cuanto a que, si las micro y pequeñas empresas conocen el término de Gestión de Calidad, el 67% manifestó que no conoce lo que significa Gestión de Calidad, lo cual es un punto crítico a mejorar para dar mejor satisfacción al cliente.

II. Revisión de Literatura

Antecedentes de la Investigación

Espinal (2017) en su tesis *Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Marketing, En Las MYPE Del Sector Comercial Boticas, Distrito de Satipo, Año 2017*. La presente investigación tuvo como objetivo: Determinar si las MYPE del sector comercial Boticas del distrito de Satipo, se gestionan con un enfoque de marketing y proponer planes de mejora. La metodología del estudio fue: tipo descriptivo – correlacional - no experimental. Se obtuvo como resultado: mediante la técnica de encuesta a los propietarios de las boticas, obteniendo como resultados: De los propietarios: se caracterizan por estar en los rangos de edad “joven” de 18 a 28 años (36.4%) y “joven-adulto” de 29 a 39 años (36.4%). Destaca en su mayoría los propietarios de sexo femenino (63,6%); con formación técnica y universitaria (45.5%), respectivamente. Respecto a formalización: el 81,8% se encuentra formalizado; 27,3% está constituido como persona jurídica. En gestión de calidad: el 55,5% desconoce los alcances de la gestión de calidad; 81,8% no ha definido su misión, visión y valores. Los propietarios no se han capacitado en marketing (72.7%); no aplicaron el análisis situacional FODA (63.6%). En Marketing: no tienen Plan de Marketing (54.5%); 9.1 % no lo considera necesario. Sin embargo 72.7% a delimitado su mercado objetivo; 90.9% busca posicionarse en el mercado. Se concluyó que: las MYPE del sector Boticas, del distrito de Satipo aplican un marketing en base a sus percepciones y no técnico. Se apoyan en el marketing que realizan sus proveedores según los productos que ofrecen.

Villalba (2016) en su tesis *Análisis de Calidad del Servicio y Atención al Cliente en Azuca Beach, Azuca Latin Bistro y Q restaurant, y Sugerencias de Mejora*. Esta investigación tuvo como objetivo; Analizar la calidad de servicio y atención al cliente

de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. La metodología del estudio fue: tipo descriptiva, con el objetivo de evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente de tres restaurantes: Azuca Beach, Azuca Latin Bistro y Q restaurant, ubicados en la Plaza Foch sitio turístico y de entretenimiento de la ciudad de Quito. Se obtuvo como resultado: una propuesta de mejora tanto para el servicio como para el clima laboral, mismo que permita alcanzar el éxito en el desempeño de las operaciones de los restaurantes. Se concluyó que: en cuanto al uso del sistema de medición de calidad empleado, se pudo constatar que este se ajusta y es congruente con los resultados que se requería obtener, sin embargo, es necesario adicionar otras escalas de medición, como por ejemplo la medición del tiempo entre el cual el cliente acude al establecimiento y el tiempo de recibo de su orden solicitada, que repercute en la percepción del servicio otorgado.

Briones (2017) en su tesis *Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las MYPE del Sector Comercial Boticas del Distrito San Juan Bautista - Iquitos, Año 2017*. La presente investigación tuvo como objetivo: Determinar si las MYPE del sector comercial boticas del distrito de San Juan Bautista, se gestionan con un enfoque de atención al cliente. La metodología del estudio fue: tipo no experimental, descriptivo, correlacional. Se aplicó un cuestionario estructurado de 22 preguntas a través de una encuesta. Se obtuvo como resultado: Respecto al emprendedor: están en el rango de 29 a 49 años (60,0%) y 40 a 49 años (40.0%); destaca el género femenino (60,0%); instrucción superior (60.0%). Respecto a la empresa: 90,0% de las MYPE están formalizadas; 80,0% constituidos como persona jurídica y ven como principal interés de la formalización el “acceso a crédito bancario”

(70,0%). Respecto a la gestión y atención al cliente: 60,0% tiene definido un plan de negocio; 90.0% no definieron misión, visión y valores; el 40,0% indica que la capacitación no es prioridad; solo el 30,0% tiene un protocolo de atención al cliente y no consideran la aplicación de las sugerencias de los clientes (80.0%). Sin embargo, los entrevistados suponen que una gestión con enfoque al cliente contribuye a: “clientes satisfechos” (60.0%), “posicionamiento” (20.0%) y “nuevos servicios” (20%). Finalmente, los emprendedores del sector comercial boticas consideran que los clientes valoran el servicio y genera fidelización (80.0%). Así mismo, indicaron que las prioridades de su negocio son: la rentabilidad 60,0%, stock 30,0% y mejorar experiencia de servicio del cliente 10.0%. Se concluyó que: La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente es un proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de recursos organizacionales para alcanzar determinados objetivos de manera eficiente y eficaz.

Ríos (2015) en su estudio de investigación *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de huanchaco año 2014*. Planteó el objetivo General de Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios. Llego a los siguientes resultados, el 65% de representantes son de sexo masculino, El 35% de los representantes legales de las MYPES encuestadas su edad fluctúa entre 35 a 44. El 60% los representantes legales de las MYPES encuestadas predominan la instrucción superior universitaria completa, El 50% el tiempo en años predomina de 5-7 años, El 90% de las MYPES son formales. El 95% de número de trabajadores permanentes representa la MYPE. El 45% la finalidad por la que se formó la MYPE

fue para generar ingresos para solventar los gastos familiares. El 50%. Los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención. El 85% creen que la gestión de calidad es importante para la empresa. El 75% respondieron que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad. El 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado. El 85% de los representantes legales de las MYPE encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad. El 60% de los representantes legales de las MYPE encuestadas, respondieron que su capital social asciende de 11000 a 15000. Concluye que: Los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65% de los gerentes encuestados son de sexo masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cual se representa en un 60%. El tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las MYPE son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. Del estudio realizado se concluye que el 50% d los representantes legales o gerentes de las MYPE en el distrito de Huanchaco, afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención.

Sáenz (2015) en su tesis sobre *La capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del AH. Miraflores alto – zona de reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015*, cuyo objetivo general es: Determinar las principales características de la capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas

empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos 5 hidrobiológicos del A.H. Miraflores Alto – Zona de Reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015. Teniendo como resultados, el 90% de los encuestados tienen edad promedio entre 31 y 50 años. El 90% de los encuestados son del sexo masculino. El 90% de los encuestados tienen estudios entre secundaria completa y superior universitaria. La totalidad de los encuestados son dueños. El 90% de los encuestados tienen entre 4 a más años desempeñando en el cargo. El 90% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tiene entre 4 a más años de permanencia en el rubro. La totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas son formales. La totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas se creó para generar ganancia. El 90% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tiene entre 1 a 3 trabajadores permanentes. El 90% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tiene entre 1 a 3 trabajadores eventuales. El 60% de los encuestados se ha capacitado en los últimos años. El 60% de los encuestados se ha capacitado entre 1 a más veces. El 80% de los encuestados considera a la capacitación como una inversión. El 80% de los encuestados capacitó a su personal en atención al cliente. El 80% de los encuestados sabe que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades. Concluyendo: 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.

López (2014) en su tesis *Evaluación del Servicio al Cliente en las Empresas Farmacéuticas de Coatepeque*. La presente investigación tuvo como objetivo: Evaluar la forma en que se brinda actualmente el servicio al cliente en las Empresas Farmacéuticas de Coatepeque, la metodología del estudio fue: descriptiva. Se obtuvo como resultado: demostraron la importancia que tiene brindar un buen servicio, como también se detectó la necesidad que tienen los propietarios sometidos al estudio y se refiere a la falta de un método para evaluar el servicio prestado y la capacitación a colaboradores sobre atención y servicio al cliente, debido a que el servicio que brindan actualmente está motivado en base a incentivos económicos, pero no existe un plan de capacitación dirigido al personal para proporcionar servicios eficientes y adquirir nuevas técnicas de atención. Se concluyó que: el propietario cuente con métodos para evaluar el servicio prestado y que posea un manual de servicio al cliente, el que vendrá a fortalecer aspectos tales como: conocer al cliente, ofrecer servicios de calidad, la comunicación y manejo de quejas, técnicas de selección y capacitación de personal para atención al público, el trabajo en equipo, la mejora en los procesos.

Bases teóricas de la Investigación

Micro y Pequeñas empresas

En la actualidad las micro y pequeñas empresas están reguladas por la ley 28015 “Ley de promoción y la formalización de las micro y pequeñas empresas”, esta esta complementada a través de la Ley 30056.

De acuerdo a la Ley 28015 está considerada como una ley integral que no solamente trata de regular lo laboral de las empresas, si no también aquellos problemas de tipos administrativos, tributarios y de seguridad social. La cual se ha venido convirtiendo en algunas limitaciones de tipo burocráticos la cual venían impidiendo su formalización, que incide en el sector de la economía de nuestro país, según lo expresado por el gremio empresarial. Esta nueva ley de las micro y pequeñas empresas recoge, en cuanto cumplan con los requisitos establecidos más se fortalecerá en el mercado. Este régimen especial nombrada anteriormente no tendrá una caducidad de fecha que comprende la Ley 28015, lo cual limita su accionar y constituye una barrera para la formalización empresarial y laboral de los micro y pequeños empresarios.

Objetivo de la Ley

La ley tiene por objetivo promocionar la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas con la finalidad de incrementar el empleo sostenible, productividad y rentabilidad con la contribución al producto bruto interno (PBI), también la necesidad de ampliar el mercado interno y sus exportaciones para la contribución adecuada a la contribución de la recaudación tributaria, establecida en la ley 28015, promulgada en el año 2003.

Características de las micro, pequeñas y medianas empresas

Las micro y pequeñas empresas inclusive las medianas deben estar situadas en las siguientes categorías empresariales, según sus niveles de ventas anuales:

- **Microempresa:** sus ventas anuales ascienden hasta un monto máximo de 150 UIT.
- **Pequeña empresa:** sus ventas anuales superan a 150 UIT ventas anuales y el monto máximo asciende a 1700 UIT.
- **Mediana empresa:** sus ventas anualmente son superiores a 1700 UIT y el máximo monto son hasta 2300 UIT.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

La importancia que se les da en la actualidad a las micro y pequeñas empresas es vital porque representan un sector muy importante en la actividad productiva del país, las cual contribuye a generar mayor empleo, contribuyen al ingreso del erario nacional y al crecimiento económico, reduciendo la pobreza e incentivando el espíritu emprendedor y como fuente de ingreso para el sector privado.

Los Emprendedores en una empresa

Talavera (2015) se les consideran como personas naturales porque incursionan de manera espontánea al mundo de los negocios en la cual aplican de una manera particular las formas de trabajo de esta manera poder desarrollar un negocio de manera satisfactoria. Estas personas que tienen negocios pequeños identifican las necesidades más importantes que le brindan el mercado y de esta manera aprovechan la oportunidad que se les presenta, asumiendo retos empresariales.

Peter Drucker, indica que todo emprendedor va en busca de cambios, y este

responde al mercado de acuerdo a las necesidades de la población.

Los emprendedores cuentan con diferentes herramientas que les permita desarrollar la innovación que de una u otra manera implementan el cambio como una manera de mejorar sus ventas o servicios que ellos brindan.

Tipos de emprendedores

- **Emprendedor Administrativo.** - El emprendedor tiene la característica de usar la investigación y desarrollar nuevas ideas que puedan mejorar e innovar con el propósito de hacer crecer y desarrollar su negocio.
- **Emprendedor oportunista.** - El tipo de emprendedor oportunista busca las oportunidades que se les presenta y trata de mantenerla a través de las posibilidades que su técnica y habilidades le permita.
- **Emprendedor Adquisitivo.** - El emprendedor adquisitivo mantiene con mucha frecuencia la innovación continua que le va a permitir crecer y mejorar en forma satisfactoria lo que emprende.
- **Emprendedor innovador.** - Es la persona que tiene por finalidad tratar de crecer e ir buscando nuevas oportunidades en forma independiente y que en el futuro se convierta en nuevos negocios e incluso de aquellos que ya existen.
- **Emprendedor imitador.** - Estos tipos de emprendedores generan procesos para innovar que a partir de algunos criterios básicos pre existentes para mejorar la calidad del negocio.

Gestión

Rementeria (2008) manifiesta que gestión es una “actividad de tipo profesional que pretende establecer los objetivos y medios para su cristalización teniendo que precisar

una organización sistematizada para posteriormente elaborar un trabajo de estrategia para el desarrollo y ejecución a la gestión de personas”. Por otro lado, no es considerada como una ciencia disciplinada sino como parte de la gestión administrativa. Dicho autor explica que la gestión es una actividad profesional que implica lograr los objetivos de la organización que trata de elaborar estrategias que ayude a un crecimiento empresarial.

Pérez & Merino (2008) refiere que la gestión es el efecto de administrar todo tipo de recursos para accionar dentro de una organización pública o privada, con la finalidad de alcanzar propósitos que la empresa propone. Por lo tanto, son los individuos los que tienen la posibilidad de desarrollar proyectos laborales y otras personas buscan de mejorar la productividad y competitividad de la empresa.

Se considera también gestión en términos generales el conjunto de trámites que se llevan a cabo con el propósito de concretizar algún proyecto, también establece el direccionamiento o administración de una compañía que desarrolla una actividad del rubro que establece.

Calidad

Es una cualidad que toda organización pretende tener para mejorar su rendimiento y a la vez cumplir con los estándares de calidad a través de la normatividad y poder satisfacer plenamente a los clientes.

Vásquez (2015) manifiesta que la calidad es lograr satisfacer a los clientes teniendo en cuenta requisitos y cumplimiento de estos con aquellos procesos que sean eficientes y a la vez permitir así que la empresa sea competitiva y logre el beneficio a los clientes.

Gestión de Calidad

La gestión de calidad se define como el conjunto de las acciones en forma planificada y sistematizadas, con el propósito de proporcionar aportes que vayan ayudar o coadyuvar a establecer la confianza adecuada hacia un producto determinado o servicio, teniendo en cuenta los requisitos de calidad y para la satisfacción de los clientes, en términos generales es cumplir los parámetros de calidad para el logro de buenos productos para tenerlos satisfechos a los clientes

Cuatrecasas (2012) manifiesta en su libro titulado la Organización de la producción y dirección de operaciones, el concepto de calidad total, como la manera que afecta a toda las áreas o sistemas que tiene una empresa y también al involucramiento que debe tener el recurso humano liderado por la alta dirección. De esta manera se debe aplicar la calidad comenzando desde la planificación, diseño de productos y sus servicios, proponiendo una nueva filosofía de gestionar, para ellos la calidad deja de ser un costo al convertirse en una característica fundamental que le permita a la organización reducir costes y el posterior aumento de beneficios.

Actualmente la calidad total que pretende desarrollar toda gestión de una empresa se ha convertido fundamentalmente en una estrategia clave, teniendo el destino de mejorar la competitividad los costes y los plazos para que el servicio al cliente y su capacidad de respuesta a la demanda sea efectivo.

Ortiz (2013) los sistemas de gestión de calidad son un conjunto de normas y estándares que se relacionan entre sí para hacer cumplir los requisitos de calidad que la empresa requiere para satisfacer a sus clientes a través de una mejora continua de una manera ordenada y sistemática.

Beneficios Internos y externos para implementar un sistema de Gestión de Calidad

Internos

- Tiene un enfoque dirigido al cliente con una orientación hacia todo el proceso de la organización.
- Tiene un alto compromiso en la gerencia con calidad y mejor una adecuada toma de decisiones.
- Representar a través de la responsabilidad y autoridad a través de la definición clara dentro de la estructura orgánica.
- Mejorar en brindar unas adecuadas condiciones de trabajo para mejorar la eficiencia de los integrantes de la organización.
- Informar a través de diagnósticos y antecedentes en forma eventual.
- Reducir los costos por fallas internas (menos devoluciones, reemplazos, etc. por parte de los clientes).
- Establecer un mejoramiento continuo de todos los procesos que la organización trabaja conjuntamente.

Externos

- La confianza hacia los clientes el obtener sus productos conforme lo requiera, lo cual conllevaría a mejorar su satisfacción plena.
- Mejorar la publicidad para tratar de presentar de mejor forma a los clientes y poder mejorar la relación con la organización.
- Dar confianza a los clientes en la presentación de los productos y servicios que ofrece la organización y dar cumplimiento a requisitos de los estándares reglamentarios pertinentes.

Sistema de Gestión de Calidad

Lloréns y Fuentes (2005) manifiesta que el sistema de gestión de calidad se involucra a través de la excelencia empresarial. Esta exigencia la impone el entorno que es competitivo, porque es dinámico y globalizado, por tanto, esto tiene ventajas determinantes para implementar modelos de gestión de calidad total, y corroborar a través de sistemas certificados de calidad.

El SGC, viene hacer un aporte para toda empresa en cuanto a su organización de actividades, para la elaboración de productos o servicios de calidad y puedan ser adquiridos en forma placentera por los clientes, así mismo es sistema de gestión de calidad es el encargado de controlar todo procedimiento que llegue a cumplir las necesidades y expectativas de los clientes.

Así mismo, esto se encarga de controlar el procedimiento adecuado de los clientes.

Principios de gestión de la calidad

Según las normas ISO 9000 identifica 8 principios de la gestión de calidad en toda organización para mejorar su desempeño:

1. Enfoque al cliente: Toda organización depende fundamentalmente de sus clientes, para tal fin las organizaciones deben conocer y entender sus necesidades actuales y futuras y trata de esforzarse y de entender las expectativas que ellos puedan tener.

2. Liderazgo: Los líderes tienen un propósito de orientar dentro de la organización, su trabajo fundamental es propiciar y mantener un ambiente interno de trabajo que le sea agradable al colaborador, para que estos se puedan involucrar de manera efectiva y poder cumplir con los objetivos establecidos.

3. Participación del personal: Indudablemente que todo colaborador es la

pedra angular de toda organización, a través de su lealtad a la organización.

4. Enfoque basado en procesos: Todo enfoque que es basado en la orientación de los procesos de resultados que se obtienen en la organización son fáciles e alcanzar.

5. Enfoque de sistema para la gestión: Si las organizaciones toman en cuenta la identificación, entendimiento y una adecuada gestión los procesos se deben conectar con un sistema adecuado que permita lograr la eficiencia y la eficacia en el logro de objetivos.

6. Mejora continua: El desempeño de toda organización debe ser un objetivo primordial y permanente, por lo tanto, la mejora continua es desarrollar siempre el crecimiento de todo el sistema.

7. Análisis de datos para la toma de decisiones: Toda decisión efectiva de una organización, debe basarse en sus análisis de datos y en toda la información que estos recojan y contengan.

8. Relaciones con los proveedores: Es importante que la organización y sus proveedores tengan una relación interdependiente y que la relación sea mutua y beneficiosa para el aumento de la capacidad de ambos y sirva para crear valor.

Atención al Cliente

Escudero (2015), determina que la atención al cliente viene hacer un conjunto de acciones, donde el trabajador debe tener el trato fundamental a través de un contacto con el cliente, para que de esta manera entender al cliente que va a obtener un producto en un momento y en un lugar adecuado, también tratara de exponer y explicar las bondades del producto o servicio, teniendo en cuenta sus expectativas que el cliente

tiene al hacer efectiva la adquisición del producto o servicio.

Pérez (2010) se considera la atención al cliente a las prestaciones que se le brinda a los clientes, como también hacerle entender sobre las características y precios que tienen el producto o servicio que va a adquirir el cliente. Es por ello que la atención al cliente como parte del marketing es una herramienta vital, puesto que va a establecer el entendimiento que los empleados pongan en práctica, responsabilidad y cultura al comprometerse con los clientes, pues ello se demostrara la actitud y comportamiento de los colaboradores en la ejecución del proceso de calidad en el servicio del cliente.

Toda actividad empresarial tiene como objetivo fundamental la captación de clientes y para ello deberá tener mucho cuidado la organización de cumplir con lo que ofrece a través de los empleados, de este modo uno de los primeros aspectos que se debe cumplir como empresa es segmentar e identificar los clientes potenciales y su requerimiento de los productos o servicios.

Hablar de la atención al cliente significa trastocar todas las actividades que la empresa gestiona en forma adecuada en beneficios de los clientes. Por tanto, sea el tipo o rubro de actividad que maneja la empresa, la atención al cliente debe ser fundamental en la aplicación constante y cumplir con dos objetivos fundamentales:

- Teniendo una relación directa con todos sus clientes y posteriormente analizar su comportamiento para poder detectar los puntos débiles y poder mejorarlos.
- En cuanto a la atención de las reclamaciones es importante buscar una inmediata solución, adecuándolo a la compensación por los inconvenientes o incumplimientos que se puedan presentar durante la gestión.

Carrasco (2013) toda empresa tiene que brindar una buena atención a los clientes y sobre todo debe de trasladar la totalidad de sus productos y servicios brindados hacia los mismos, para que de esta manera los clientes resulten totalmente satisfechos con las presentaciones de sus productos y servicios recibidos.

Elementos de la Atención al Cliente

Tarodo (2014) manifiesta los elementos importantes que involucran en la atención al cliente:

- **Entorno:** Está formado por todo los elementos físicos y elementos accesorios para el buen funcionamiento. Lo que puedan decir los clientes como opinión es muy importante y valioso si se quiere que se tenga una buena sensación de la empresa, por ello es posible que el entorno sea aceptable.
- **Organización:** Está formada por todo los elementos y materiales e intangibles que se tiene que utilizar para desarrollar la acción de despacho y satisfacer a los clientes. Por ejemplo, en una organización uno de los elementos importantes es el departamento de atención al cliente.
- **Empleados:** Son todos aquellos colaboradores que forman parte de la empresa y que son elementos muy fundamentales para relacionarse con los clientes. La imagen de la organización dependerá de la imagen de los clientes, es por ello se debe tener empleados que desarrollen adecuadamente su trabajo de atención al cliente.

Principios básicos en la atención al cliente

Escudero (2015) propone que todas las organizaciones deben tener en cuenta algunos principios básicos sobre la atención al cliente:

- **El cliente está por encima de todo.** - Es un indicador clave para el beneficio que debe tener la empresa teniendo en cuenta los beneficios que se deben tener con los productos y servicios que se le brindan al cliente de acuerdo a sus necesidades o expectativas.
- **No hay nada imposible cuando se quiere.** - Los clientes que deseen productos o servicios de una empresa no cuenta la palabra imposible de poder adquirir o conseguir lo que desean.
- **Cumple todo lo que promete.** - Es importante establecer que todo lo que se ofrece a los clientes se debe cumplir al momento de brindar el producto o servicio al cliente demostrando la calidad en la atención.
- **Solo hay una forma de satisfacer al cliente.** - Indudablemente los clientes esperan más de lo que se imaginan, por ello el cliente va a estar satisfecho en la medida a lo que recibe de acuerdo a sus necesidades y deseos.
- **Para el cliente tú marcas la diferencia.** - la empresa debe marcar la diferencia brindando una atención adecuada al cliente, esto implica también ser distinto a lo que puede brindar la competencia, por tanto, solo queda seguir cumpliendo, trabajando y logrando las metas y objetivos que se traza la empresa.
- **Fallar en un punto significa fallar en todo.** - Está relacionado con la mercadería, teniendo en cuenta que todo producto debe llegar en las condiciones adecuadas y no fallar en el momento del empaque y en el envío, por eso al fallar en estas condiciones significa que no se está cumpliendo con las expectativas del cliente.

- **Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos.** - Es primordial perder tiempo a través de una capacitación adecuada para que el empleado se sienta satisfecho y eso hará que el cliente se sienta plenamente satisfecho.
- **El cliente hace el juicio sobre la calidad de servicio.** - En esta propuesta el cliente es el que evalúa la atención al cliente teniendo en cuenta si en realidad se está cumpliendo con las expectativas que él tiene con relación a los productos o servicios.
- **Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar.** - Si se cumple un servicio adecuadamente, la propuesta debe ser ir mejorando continuamente para proyectar los objetivos innovadores que pueda tener cualquier organización.
- **Cuando se trata de satisfacer al cliente.** - La satisfacción al cliente siempre y cuando prestar atención de manera adecuada hacia él y tener en cuenta permanentemente sus expectativas con relación a lo que se le pueda ofrecer.

Los principios descritos son fundamentales para que la empresa demuestre que los clientes son una pieza fundamental para el crecimiento y desarrollo de la organización, ya que con ello vamos a tener en cuenta las expectativas que todo cliente tiene y buscar alternativas que dé una solución a encontrar un producto que sea de calidad y poder mantener permanentemente una actitud positiva hacia los clientes generando orden, orientación y expectativas a los clientes, para ellos es necesario contar con empleados bien capacitados.

Atención al Cliente en Productos y en Servicios

Paz (2007), los clientes valoran el producto, como también la utilidad y el precio, eso se entiende que la finalidad es tratar de definir prioridades que tiene los clientes

con relación a la política que maneja la empresa y esto también significa aplicar antes, durante y después de las ventas de cada producto. En cambio, los servicios no tan solo son poco o nada que brinda los materiales, es cierto que el cliente no puede expresar un grado de satisfacción hasta que tiene que consumirlo o adquirirlo.

En consecuencia, los clientes buscaran de mejorar una alternativa en cuanto a sus productos o servicios que adquieran, es decir ellos buscaran la mejor promoción, el mejor precio y el buen servicio que le ofrezca la empresa.

Fases de la Atención al Cliente

Tarodo (2014), propone algunas fases en cuanto a la atención al cliente:

1. Acogida: Significa que la recepción es fundamental al cliente dentro de la empresa, para ello debemos de tener en cuenta lo siguiente:

- Tratar de que la empresa tenga una imagen provechosa para que el cliente perciba esta como algo importante.
- El cliente debe ser la persona más adecuada que ello implica ser correctos, simpáticos, amables, etc.

2. Seguimiento: Es el proceso a seguir en el desarrollo en cuanto a la atención al cliente, para ello hay que tener en cuenta algunos aspectos:

- Es cuando el cliente está esperando tener que hacer y determinar cómo lo va atender al cliente, que tiempo lo hará esperar y la razón porque debe esperar.
- Si la espera es demasiada larga, el empleado tendrá que explicar las razones del porque se atenderá muy tarde al cliente.

3. Gestión: Más que un encuentro es la atención a la necesidad que debe

tener el cliente. Para atender la necesidad de los clientes las personas encargadas deben gestionar adecuadamente sus acciones y resolver algunas dudas que pueda tener el cliente.

4. Despedida: Esto significa que al concluir el proceso de adquisición o compra de un producto o servicio se debe tener una conversación muy amena y la despedida debe ser de la forma más correcta. Para ello es sumamente importante que al retirarse el cliente se debe ir con la satisfacción de haber encontrado algo importante para él.

Los trabajadores y la atención al cliente

Torres Pérez (2012), manifiesta que toda organización debe centrarse en gestionar adecuadamente hacia el cliente, que al final va ser no solamente la satisfacción del empleado sino de toda la organización. Es necesario que todo directivo necesita estimular a sus empleados en mantener la atención que se enfoque en las necesidades del cliente, para poder lograr un adecuado nivel de atención y voluntad de ayudar y que el cliente regrese en algún momento a adquirir en la empresa

Marco conceptual

Las micro y pequeñas

Son unidades económicas en la cual pueden estar constituidas por personas jurídicas o natural, el cual tiene que contar con varios recursos que le permitan desarrollar sus actividades propias de la gestión en la cual están dedicadas.

Gestión de Calidad

Es un proceso que tiene una importancia significativa que permite a la organización

ir desarrollando métodos, sistemas adecuados para mejorar sus productos o servicios, por tanto, la gestión de calidad se encargara de satisfacer la labor de los trabajadores y más que todo de los clientes para que puedan crecer económicamente.

Atención al cliente

También es conocido como servicio al cliente, por tener una relación directa y que sea la mejor con los clientes. En este contexto la empresa tendrá que hacer conocer todas las bondades que la empresa pueda ofrecer en beneficio de sus clientes, también es importante que se mantenga los clientes y gestionar nuevos en el sentido de ir creciendo como empresa e ir satisfaciendo las necesidades del cliente con relación a sus productos y servicios.

Gestión de calidad en atención al cliente

Esto se define de manera muy estructurada ya que permite aplicar técnicas, criterios que favorezcan a la empresa, con la única finalidad de brindar una buena atención al cliente y que sea de calidad, para ello debemos contar con trabajadores capacitados, comprometidos y más que todo tener la actitud de hacerle sentir la satisfacción al cliente y que estos continúen con una fidelización a la empresa.

Metalmecánica

Se define la actividad metalmecánica como una industria mecánica que abarca maquinas industriales y herramientas proveedoras de partes a las demás industrias metálicas, además de establecer eslabones de una cadena productiva como máquinas, bienes de consumo y herramientas de carácter metálico hechas a la medida.

III. Hipótesis

En esta investigación sobre Atención al Cliente como factor relevante de la Gestión de Calidad y Plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Metalmecánica, en el Distrito de Huacho, no se plantea hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptiva.

IV. Metodología

4.1. Diseño de investigación

El trabajo de investigación tendrá un diseño no experimental-transversal-descriptivo.

No experimental, ya que la investigación se realizó sin manipular las variables propuestas, y se observará el fenómeno de cómo funciona dentro de las micro y pequeñas empresas rubro metalmecánica sin tener que modificarla en ninguno de sus extremos.

Fue Transversal, porque se realizó en un determinado tiempo, donde tuvo un inicio y un final, específicamente dentro del año 2019.

Y Descriptivo porque solamente se describió las características de los representantes o dueños, de las micros y pequeñas empresas y de las variables Gestión de Calidad y Atención al cliente.

4.2. Población y muestra

- **Población.** - La población en estudio estuvo conformada por las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro Metalmecánica en el Distrito de Huacho. Se estableció como universo 18 micro y pequeñas empresas del presente rubro.
- **Muestra.** - Teniendo en consideración que la población no es muy grande se vio por tomar en cuenta tomar como muestra el 100% del universo (18 MYPE).

4.3. Definición y operacionalización de variables

Variables	Definición	Dimensión	Índices	Medición
La MYPE	Es una unidad económica que la constituye una persona natural o jurídica que tiene por objetivo gestionar adecuadamente sus procesos administrativos, comercializar y/o vender servicios.	Edad	a. 18 – 30 años b. 31 – 50 años c. 51 a más años	Razón
		Género	a. Masculino b. Femenino	Nominal
		su grado de instrucción	a. Primaria b. Secundaria c. Superior no universitaria d. Superior universitaria	Ordinal
		el cargo que Desempeña	a. Propietario b. Administrador c. Otros	Nominal
		Tiempo tiene desempeñando en el cargo	a. 0 a 3 años b. 4 a 6 años c. 7 a más años	Razón
		Trabajadores son los que laboran en su empresa	a. 1 a 5 trabajadores b. 6 a 10 trabajadores c. 11 a más trabajadores	Razón
		La Micro y Pequeña Empresa se creó con el objetivo	a. Generar ganancia b. Estabilidad	Nominal
		tiempo que tiene esta unidad económica en su rubro	a. 0 a 3 años b. 4 a 6 años c. 7 años a mas	Razón

Gestión de Calidad y Atención al Cliente	<p>Se entiende por gestión de calidad a la manera de gestionar en calidad y producir productos y/o servicios con la finalidad de ofrecer y satisfacer las necesidades hacia el cliente</p> <p>La atención es cuando la empresa tiene como política dar una mayor atención de interrelación con el cliente para poder tener expectativas de ellos y como consecuencia hacerle que se sienta cómodos y brindarle una Buena satisfacción.</p>	El conocimiento acerca de la Gestión de Calidad	a. Si b. No	Nominal
		Aplicación de técnicas dentro de su empresa para mejorar la gestión de calidad	a. Si b. No	Nominal
		Técnicas aplican para poder medir el rendimiento del personal	a. La observación b. La evaluación c. Escala de puntuaciones d. Otros	Nominal
		La Gestión de Calidad, puede ayudar a alcanzar los objetivos y metas planteadas por su empresa	a. Si b. No	Nominal
		Conocimiento acerca de la Atención al Cliente	c. Si d. No	Nominal
		El trato que se les brinda a los clientes	e. Malo f. Regular g. Bueno h. Muy bueno	Nominal
		Brindar una buena atención y orientación al cliente le permitirá posicionarse adecuadamente en un mercado competitivo	i. Si j. No k. Tal vez	Nominal
		La empresa brinda capacitación a sus empleados para que brinden un buen servicio al cliente	l. Si m. No n. A veces	Nominal

4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

Para la recolección de la información se utilizó la Técnica de la encuesta y el instrumento será el cuestionario.

Dicha encuesta se realizó a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio-rubro Metalmecánica del Distrito de Huacho Dicha técnica nos ayudó a obtener toda la información necesaria para luego se pueda realizar las gráficas correspondientes.

El cuestionario que se utilizó para poder obtener datos de la Micro y Pequeña Empresas del Sector servicio-rubro Metalmecánica del distrito de Huacho; la cual estuvo conformada por 16 preguntas, dicho cuestionario se aplicó a cada uno de los representantes de los establecimientos de Metalmecánica, con el fin de poder obtener mayor información acerca de su empresa.

4.5. Plan de análisis

Dicho plan de análisis se utilizó para de una u otra forma poder llevar a cabo esta investigación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro Metalmecánica del distrito de Huacho años, 2019, en la cual se aplicará un cuestionario a cada uno de los representantes. Una vez obtenido la información de los datos recolectados de la investigación, se utilizó el uso del análisis descriptivo de las variables, de la cual se elaboró tablas y/o figuras estadísticas. Los datos recolectados en la investigación serán tratados bajo el análisis descriptivo.

4.6. Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Variables	Metodología		
			Población y muestra	Método	Técnica e instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características en la Atención al Cliente como factor relevante de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar las principales características en la Atención al Cliente como factor relevante de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las principales características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019. - Determinar las principales 	<p>Gestión de Calidad como factor relevante en Atención al Cliente.</p>	<p>Universo</p> <p>La población en estudio estuvo conformada por las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro metalmecánica en el Distrito de Huacho. Se estableció como universo 18 micro y pequeñas empresas del presente rubro.</p> <p>Muestra</p> <p>Teniendo en consideración que la población no es muy grande se vio por tomar en cuenta tomar como muestra el 100% del universo (18 MYPE).</p>	<p>Para la siguiente investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo.</p> <p>No experimental, ya que la investigación se realizó sin manipular las variables propuestas, y se observó el fenómeno de cómo funciona dentro de las micro y pequeñas empresas rubro metalmecánica sin tener que modificarla en ninguno de sus extremos.</p> <p>Será Transversal, porque se realizó en un</p>	<p>Para la recolección de la información se utilizó la Técnica de la encuesta y el instrumento será el cuestionario</p>

	<p>características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las principales características en la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el Distrito de Huacho, año 2019. - Elaborar un plan de mejora a los resultados para la aplicación en la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019. 			<p>determinado tiempo, donde tuvo un inicio y un final, específicamente dentro del año 2019.</p> <p>Y Descriptivo porque solamente se describió las características de los representantes o dueños, de las micros y pequeñas empresas y de las variables Gestión de Calidad y Atención al cliente.</p>	
--	--	--	--	--	--

4.7. Principios éticos

En la presente investigación se ha utilizado principios éticos los cuales son:

- **Protección a las personas:** Porque se debe respetar la integridad, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad debido a que en este ámbito de investigación la persona es el fin mas no el medio.
- **La beneficencia y no maleficencia:** Porque se debe garantizar la integridad del investigador y este a su vez debe respetar las reglas como: no causar daño, aminorar los efectos adversos e incrementar los beneficios.
- **Justicia:** Porque el direccionamiento, las limitaciones de capacidades y conocimientos no propicien un desorden o propicien practicas injustas.
- **Integridad científica:** La integridad no solo debe aplicarse en la investigación, sino que también debe practicarse tanto en el quehacer diario como en las aplicaciones laborales y profesionales.
- **Consentimiento informado y expreso:** En las investigaciones en general se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica con los que los investigadores dan su consentimiento para que los datos se puedan usar para los fines establecidos en el proyecto.

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica, en el distrito de Huacho, 2019.

características de los representantes	N	%
Edad (años)		
18-30	4	22.00
31-50	11	61.00
51 a más	3	17.00
Total	18	100.00
Género de los representantes		
Masculino	16	89.00
Femenino	2	11.00
Total	18	100.00
Grado de Instrucción		
Primaria	2	11.00
Secundaria	5	28.00
Superior no universitario	8	44.00
Superior universitario	3	17.00
Total	18	100.00
Cargo que desempeña		
Propietario	10	56.00
Administrador	5	28.00
Otros	3	17.00
Total	18	100.00
Tiempo desempeñándose en el cargo		
0 a 3 años	4	22.00
4 a 6 años	8	44.00
7 a más años	6	33.00
Total	18	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica del distrito de Huacho, 2019.

Tabla 2.

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica, en el distrito de Huacho, 2019

Características de la Empresa	N	%
Número de empleados		
1 a 5	8	44.00
6 a 10	9	50.00
11 a mas	1	6.00
Total	18	100.00
La empresa se creó con el objetivo de:		
Generar ganancias	10	56.00
Estabilidad	3	17.00
Posicionamiento en el mercado	5	28.00
Total	18	100.00
Tiempo trabajando en el rubro		
0 a 3 años	6	33.00
4 a 6 años	7	39.00
7 a mas	5	28.00
Total	18	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica del distrito de Huacho, 2019.

Tabla 3:

Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019.

Características de la gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Conoce sobre Gestión de Calidad		
Si	6	33.00
No	12	67.00
Total	18	100.00
Uso de técnicas para mejorar la gestión de calidad		
Si	6	33.00
No	12	67.00
Total	18	100.00
Técnicas aplica para medir el rendimiento laboral de sus trabajadores		
La observación	5	28.00
La evaluación	5	28.00
Escala de puntuaciones	2	11.00
Ninguno	4	22.00
Otros	2	11.00
Total	18	100.00
La gestión de calidad le ayuda a alcanzar los objetivos y metas		
Si	5	28.00
A veces	8	44.00
No	5	28.00
Total	18	100.00

Continúa...

Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019.

Tiene conocimiento acerca de la Atención al Cliente	N	%
Si	6	33.00
No	7	39.00
Poco	5	28.00
Total	18	100.00
El trato que se les brinda a los clientes		
Malo	0	0.00
Regular	2	11.00
Bueno	10	56.00
Muy bueno	6	33.00
Total	18	100.00
Brinda una buena atención y orientación a sus clientes		
Si	9	50.00
No	5	28.00
Tal vez	4	22.00
Total	18	100.00
Brinda alguna capacitación a sus empleados		
Si	5	28.00
No	7	39.00
A veces	6	33.00
Total	18	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes del micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica del distrito de Huacho, 2019.

Tabla 4:

Plan de mejora a los resultados para la aplicación en la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019.

Problema encontrado (RESULTADOS)	Causa	Solución-Aplicación de Mejora	Responsable
Desconocen a la gestión de calidad como herramienta de Gestión. El 67% de los encuestados desconoce.	Desconocimiento de lo que significa la Gestión de calidad en los negocios.	Se implementó una capacitación sobre gestión de calidad con el propósito de mejorar la productividad.	Gerente y/o propietario
No se utiliza las técnicas de gestión de calidad. El 67% no utiliza técnicas de gestión por desconocimiento.	Desconocimiento de algunas técnicas de gestión en cuanto a su aplicación.	Se capacitó y entrenará a los gerentes para ser partícipes hacia sus colaboradores sobre técnicas de gestión de calidad.	Gerente y/o propietario
Desconocimiento de cómo se debe atender al cliente. El 39% desconoce cómo se debería atender al cliente.	No se aplican técnicas de atención al cliente.	Se puso y consideró las técnicas apropiadas para mejorar la atención al cliente.	Gerente y/o propietario
Las empresas desconocen el valor de las capacitaciones hacia sus colaboradores. El 39% no capacita a sus colaboradores.	No atienden a mejorar el rendimiento de sus colaboradores a través de capacitaciones.	Se consideró al proceso de capacitación como una herramienta importante, proponiendo planes con temas relacionados al rubro que desarrollan.	Gerente y/o propietario

5.2. Análisis de Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019.

Con respecto a las edades de los representantes se obtuvo los siguientes resultados: el 61% tienen una edad de entre 31 a 50 años, el 22% de entre 18 a 30 años y el 17% cuentan con una edad de 51 a más. Estos resultados coinciden por expuesto por Briones (2017) donde manifiesta que el 60% de los representantes de las MYPE tienen una edad entre 29 a 49 años.

En cuanto al género de los representantes se obtuvo los siguientes resultados: el 89% de los encuestados son del sexo masculino y el 11% del sexo femenino. Estos resultados coinciden por expuesto por Sáenz (2015) donde manifiesta que el 90% de encuestados son de sexo masculino.

En cuanto al grado de Instrucción de los representantes se obtuvo los siguientes resultados: el 44% cuentan con estudio superior no universitario, el 28% cuenta con estudios secundarios, el 17% cuenta con estudios superior universitario y el 11% con estudios primarios. Estos resultados coinciden por expuesto por Espinal (2017) donde manifiesta que el 45.5% de encuestados cuentan con formación técnica y universitaria.

En cuanto al cargo que desempeñan los representantes se obtuvo los siguientes resultados: el 56% son propietarios de su propio negocio, el 28% son administradores y el 17% ocupan otros cargos. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

En cuanto al tiempo que se vienen desempeñándose en el cargo los representantes

se obtuvo los siguientes resultados: el 44% tienen de 4 a 6 años en el cargo, el 33% de 7 años a más, el 22% de 0 a 3 años. Estos resultados coinciden por expuesto por Sáenz (2015) donde manifiesta que el 90% de los encuestados tienen entre 4 a más años desempeñándose en el cargo.

Tabla 2

Características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019.

En cuanto al número de empleados se obtuvo los siguientes resultados: El 50% de los micros y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores, el 44% tiene entre 1 a 5 trabajadores y el 6% cuenta con más de 11 trabajadores. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

En cuanto al objetivo por la que se creó la empresa se obtuvo que: el 56% se creó para generar ganancias, el 28% con la finalidad de posicionarse en el mercado y el 17% para buscar la estabilidad en el mercado. Estos resultados coinciden por expuesto por Ríos (2015) donde manifiesta que el 45% se creó con la finalidad de generar ingresos.

Con relación al tiempo trabajando en el rubro se obtuvo lo siguiente: el 39% tiene de entre 4 a 6 años en el rubro, el 33% entre 0 a 3 años y el 28% tiene en el rubro de Metalmecánica más de 7 años. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

Tabla 3

Características de la Atención al Cliente como factor relevante de la gestión de Calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019

En cuanto a que si las micro y pequeñas empresas conocen la gestión de calidad se obtuvo lo siguiente: el 67% manifestó que no conoce la gestión de calidad y el 33% manifestó que si conoce sobre gestión de calidad. Estos resultados coinciden por expuesto por Espinal (2017) donde manifiesta que el 55.5% desconoce los alcances de la gestión de calidad.

En cuanto al uso de las técnicas de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, se obtuvo lo siguiente: el 67% manifiesta que no usa ninguna técnica para mejorar la gestión de calidad y el 33% de una manera u otra si utiliza algunas técnicas. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

Con respecto a las técnicas que aplica para medir el rendimiento de los trabajadores de su empresa, se obtuvo lo siguiente: el 28% de las micro y pequeñas empresas aplica la técnica de la observación, el 28% aplica la técnica de la evaluación, el 11% la escala de puntuación, el 22% ninguna técnica y el 11% aplica otras técnicas. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

En cuanto a que, si la gestión de calidad ayudaría a alcanzar los objetivos y metas, se obtuvo lo siguiente: el 44% manifiesta que a veces, el 28% manifiesta que no y el 28% manifiesta que la gestión de calidad si le ayudara a alcanzar sus metas y objetivos.

Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

En cuanto a que, si tiene conocimiento acerca de la atención al cliente, se obtuvo lo siguiente: el 39% manifiesta que no, el 33% manifiesta que sí y el 28% manifiesta que tiene poco conocimiento en atención al cliente. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

En cuanto a que, si los representantes de las micro y pequeñas empresas brindan el trato correspondiente hacia los clientes, se obtuvo lo siguiente: el 56% manifiesta que el trato es bueno, el 33% manifiesta ser muy bueno y el 11% manifiesta brindar un regular trato al cliente. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

En cuanto a que, si se brinda una buena atención y orientación a los clientes, se obtuvo lo siguiente: el 50% manifiesta que, si brinda una buena atención y orientación a los clientes, el 28% manifiesta que no y un 22% manifiesta que algunas veces si las brinda. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

En cuanto a que, si brindan algún tipo de capacitación a sus empleados, se obtuvo lo siguiente: el 39% manifestaron no haber brindado alguna capacitación, el 33% manifiesta haber brindado a veces alguna capacitación y 28% manifiesta que si brinda capacitación. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

1. Datos generales

Actualmente las micro y pequeñas empresas que desconocen las técnicas de atención al cliente no están acorde de lo que realmente el cliente debe sentir y manifestar su incomodidad a como el colaborador no lo considera como una pieza importante en la organización. Se debe tener en cuenta que el conjunto de actividades del cual se debe ofrecer el servicio al cliente debe de estar enmarcado en una buena gestión de calidad y a través del tiempo, manteniendo la fidelización y la imagen de la empresa.

La gestión de calidad viene hacer un conjunto de actividades en la cual la empresa establece internamente un proceso que vaya ayudar a realizar como finalidad brindar un buen servicio al cliente para poder interrelacionarse y hacer más competitiva y solvente las empresas en este rubro de metalmecánica.

En la ciudad de Huacho, ubicamos micro y pequeñas empresas que cuentan con colaboradores que no tienen la experiencia en el ámbito de la atención al cliente y es más los que dirigen este tipo de empresas son pequeños empresarios que han surgido más que todo por su fuerza de voluntad y emprendimiento, sin tener un aprendizaje que les permita crecer y desarrollarse empresarialmente.

2. Misión

Nuestro compromiso es satisfacer las necesidades y expectativas del cliente a través de una empresa metalmecánica con innovación tecnológica, compromiso de nuestros colaboradores y mejora continua de nuestro proceso que rigen a la empresa.

3. Visión

Ser reconocidos como una empresa metalmecánica donde nuestros servicios de diseño, calidad y cumplimiento están ligados con las normas que rigen a nuestra industria, beneficiando a nuestros clientes con productos y servicios de alta competitividad.

4. Objetivos

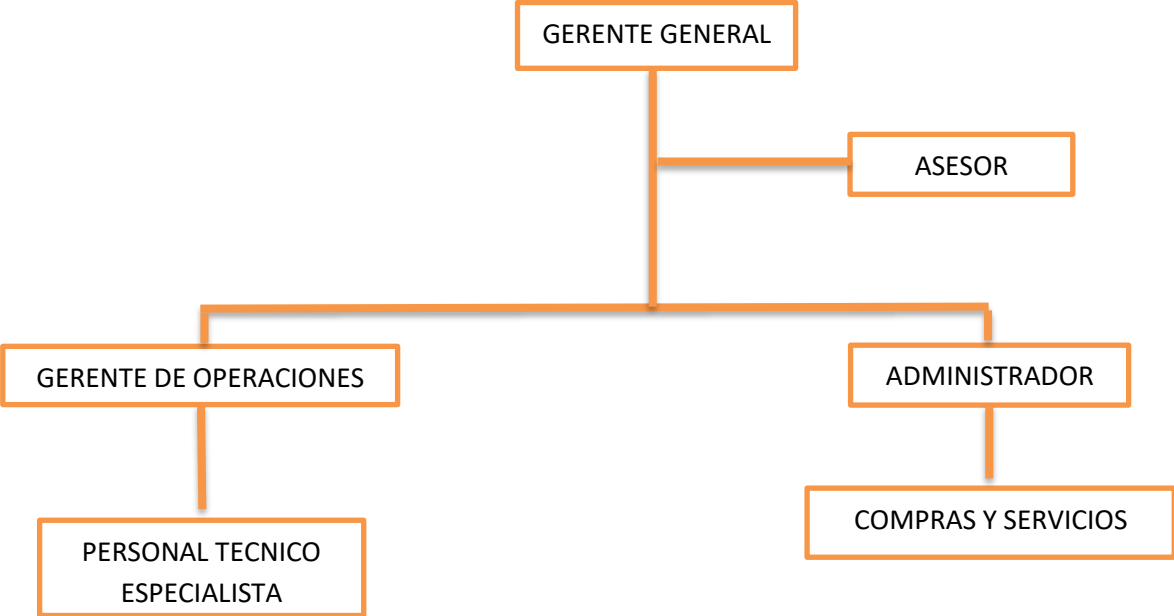
- Satisfacer a los clientes y su posterior fidelización a través de mejoras continuas de calidad, servicio, productividad y reducción del tiempo en la entrega del servicio.
- Brindar un excelente servicio que permita una adecuada atención al cliente.
- Implementar nuevas tecnologías que nos permita innovar para obtener mayor productividad y una mejor calidad en el servicio prestado.
- Aspirar a seguir creciendo basándonos en el desarrollo y diversificando nuestros productos que conlleven a la satisfacción de nuestros clientes.
- Liderar el mercado teniendo como fortalezas el cumplimiento de nuestros servicios en forma oportuna y convertirnos en el líder reconocido a nivel regional.

5. Servicios

La empresa Metalmecánica ofrece los siguientes servicios:

- Fabricación en taller y montaje en obras de estructuras metálicas livianas y semipesados.
- Techos metálicos para almacenes y equipos de procesos, bases metálicas, tolvas y soldaduras en general.
- Servicios de maestranza en general (torno, cepillo, prensa y taladros) y soporte de acero en general.
- Prefabricados de tuberías, sistema de tuberías, tuberías de alta presión, servicios de soldadura en obras, reparaciones de tuberías de gran diámetro.
- Montajes de instalación, pruebas en vacío y puesto en marcha de equipos de procesos para la industria en general.

6. Organigrama de la empresa



6.1. Descripción de Funciones

Cargo	Función	Perfil
Gerente general	Representante legal de la empresa. Es la persona que toma decisiones importantes en la organización.	Administrador o ingeniero de profesión con experiencia en el sector metalmecánica.
Gerente de Operaciones	Responsable directo de los trabajos y de la programación solicitado por los clientes, además realiza las cotizaciones para clientes.	
Administrador	Realiza funciones contables, logística de compras y administración en general.	Licenciado en administración con experiencia en el campo de la administración Estilo de liderazgo orientado a tareas.
Personal Técnico Especialista	Personal encargado en ejecutar los trabajos distribuidos por el Gerente de operaciones.	El personal técnico especialista debe contar con experiencia en la parte técnica de operaciones.
Compras y Servicios	Personal que realiza la función de compras y servicios y que depende directamente del administrador	Persona con conocimiento en las funciones de compra, venta y servicios. Acciones de abastecimiento.
Secretaria	Responsable de la atención de llamadas de los clientes, emisión de facturas y control de documentos de la empresa.	Estudios en secretariado técnico. Conocimientos de informática avanzada. Dominio básico del idioma inglés

7. Diagnostico General

		Fortalezas	Debilidades
		<p>F1. Posicionamiento en el mercado y proveedor principal de empresas con mayor capital.</p> <p>F2. Logística directa con proveedores.</p> <p>F3. Contar con el área de ingeniería a detalle.</p> <p>F4. Capacidad de adecuarse a las exigencias del mercado y estar en condiciones de mejorar la calidad de productos.</p>	<p>D1. Centralización de responsabilidad por parte del gerente general.</p> <p>D2. Ausencia de estandarización de procesos.</p> <p>D3. Escasa inversión de reemplazo de máquinas existentes.</p> <p>D4. Necesidad de mayor capacitación de la mano de obra para mejorar productividad.</p>
Oportunidades	<p>O1. Nuevos proyectos en sector minero, petrolero, refinerías y otros.</p> <p>O2. Alianzas estratégicas con otras empresas.</p> <p>O3. Créditos bancarios para adquisición maquinarias e infraestructura.</p> <p>O4. Línea de negocio complementario, apertura del área de proyectos.</p>	<p>F1; O1; O2: Consolidar relaciones comerciales y alianzas estratégicas con empresas de mayor capital.</p> <p>F3; F4; O3; O4: Extender el área de ingeniería a detalle, ofreciendo a los clientes ejecución de proyectos que requieran mayor capital y exigencias de servicio.</p>	<p>D3; D4; O3: Mejorar las instalaciones y adquirir nuevos equipos de mayor desarrollo tecnológico para procesos más eficientes, la obtención de estas máquinas conlleva a una capacitación previa de los operadores para el correcto uso.</p>

		Fortalezas	Debilidades
		<p>F1. Posicionamiento en el mercado y proveedor principal de empresas con mayor capital.</p> <p>F2. Logística directa con proveedores.</p> <p>F3. Contar con el área de ingeniería a detalle.</p> <p>F4. Capacidad de adecuarse a las exigencias del mercado y estar en condiciones de mejorar la calidad de productos.</p>	<p>D1. Centralización de responsabilidad por parte del gerente general.</p> <p>D2. Ausencia de estandarización de procesos.</p> <p>D3. Escasa inversión de reemplazo de máquinas existentes.</p> <p>D4. Necesidad de mayor capacitación de la mano de obra para mejorar productividad.</p>
Amenazas	<p>A1. Constante actualización e inversión de empresas competidoras.</p> <p>A2. Políticas en contratación de clientes.</p>	<p>F4; A2: Aplicar la mejora continua en todos los procesos para poder cumplir con las exigencias de los clientes.</p> <p>F1; F2; A1: Establecer política de contratación de proveedores donde se pueda minimizar costos indirectos y mejorar la calidad de materia prima, lo cual ayudara a minimizar la inversión de las empresas competidoras.</p>	<p>D3; D4; A1; A2: Establecer política de inversión en infraestructura y tecnología para cumplir con los requerimientos y exigencias establecidas por los clientes.</p> <p>D2; D3; A1: Revisar periódicamente las máquinas para decidir el cambio oportuno.</p>

8. Indicadores de Gestión de Calidad

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de las MYPE
Implementación de la gestión de calidad	Lo que impide implementar una adecuada gestión de calidad es la falta de compromiso de los representantes.
Nivel de rendimiento del personal.	La evaluación que se realiza al personal es simplemente con la observación.
Tiempo de capacitación que recibe el personal técnico.	Con relación a la capacitación el personal solamente recibe una vez por año.
Cumplimiento del programa de capacitación al personal.	Los programas de capacitación casi no se cumplen por la recargada labor de los representantes.
Cumplimiento del diagnóstico previo de las necesidades del personal	La empresa muy pocas veces realiza diagnósticos previos con relación a las necesidades de su personal.

9. Problemas

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
Implementación de la gestión de calidad	Los representantes de las empresas impiden implementar una adecuada gestión de calidad por su falta de compromiso.	La irresponsabilidad y la falta de interés de los representantes, es notoria porque ellos priorizan otras actividades de negocios.
Nivel de rendimiento del personal.	Los representantes evalúan a su personal con una regular aplicación de la técnica de la observación.	El mecanismo de evaluación es realizado en forma regular teniendo en cuenta que el tiempo es insuficiente

		y escaso. La empresa desconfía en la designación de un encargado por el desconocimiento que tienen sobre ello.
Tiempo de capacitación que recibe el personal técnico.	La capacitación que recibe el personal es insuficiente ya que se hace una vez al año.	Este problema surge debido a que la empresa no cuenta con el presupuesto suficiente para contratar expertos en diferentes materias.
Cumplimiento del programa de capacitación al personal.	Los programas de capacitación no se cumplen a cabalidad y a veces ni se cuenta con ello.	Por la irresponsabilidad del representante o representantes para proponer y elaborar un programa de capacitación de acuerdo al interés de la organización.
Cumplimiento del diagnóstico previo de las necesidades del personal	La empresa muy pocas veces diagnostica previo a los que necesita su personal y poder brindar una capacitación y establecer mejoramiento en la gestión.	Es por la falta supervisión y evaluación por parte de los gerentes, para conocer lo que en si requiere el personal en su capacitación.

10. Establecer soluciones

10.1. Establecer acciones

Indicadores	Problemas	Acción de mejora
Implementación de la gestión de calidad	Los representantes de las empresas impiden implementar una adecuada gestión de calidad por su falta de compromiso.	Incorporar a cada uno de los miembros de su área respectiva en la participación de una correcta gestión de calidad para obtener una mayor y mejor productividad.
Nivel de rendimiento del personal.	Los representantes evalúan a su personal con una regular aplicación de la técnica de la observación.	La empresa deberá designar a una persona responsable con conocimientos en la tarea de evaluación.
Tiempo de capacitación que recibe el personal técnico.	La capacitación que recibe el personal es insuficiente ya que se hace una vez al año.	Mejorar y realizar un plan de capacitación por parte de especialistas de conlleva a satisfacer a los trabajadores y lograr una eficiencia en la gestión de calidad.
Cumplimiento del programa de capacitación al personal.	Los programas de capacitación no se cumplen a cabalidad y a veces ni se cuenta con ello.	Mejorar las necesidades que tiene el personal con relación a sus capacitaciones y entrenamientos para desarrollar un óptimo nivel de desempeño. Tarea que estará a cargo de los responsables de la gestión.
Cumplimiento del diagnóstico previo de las necesidades del personal	La empresa muy pocas veces diagnostica previo a los que necesita su personal y poder brindar una capacitación y establecer mejoramiento en la gestión.	La empresa deberá realizar supervisiones y evaluaciones en forma permanente para ir midiendo el rendimiento y capacidad de sus trabajadores y hacer de esta un logro importante para la satisfacción y mejoramiento en la atención al cliente.

VI. Conclusiones

En cuanto a las edades de los representantes se concluye más de la mitad tienen una edad promedio entre 31 a 50 años. En cuanto al género se obtuvo que la mayoría son del género masculino. Con relación al grado de Instrucción se obtuvo que cuentan con estudio superior no universitario, en cuanto al cargo que desempeñan los se obtuvo que más de la mitad tienen su propio negocio, en cuanto al tiempo que se vienen desempeñándose en el cargo tienen de 4 a 6 años.

En cuanto al número de empleados las empresas cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores, en cuanto al objetivo por la que se creó la empresa más de la mitad manifiesta que fue para generar ganancias y con relación al tiempo trabajando en el rubro se obtuvo que tiene de entre 4 a 6 años en el rubro de metalmecánica.

En cuanto a que, si las micro y pequeñas empresas conocen el término de Gestión de Calidad manifestaron en su mayoría que no la conocen, con relación al uso de las técnicas de Gestión de Calidad no usan en su mayoría ninguna técnica para mejorar la gestión de calidad, con respecto a las técnicas que aplica para medir el rendimiento de los trabajadores de su empresa, se obtuvo que las micro y pequeñas empresas aplica la técnica de la observación y la técnica de la evaluación, también manifiestan que a veces la gestión de calidad ayudaría a alcanzar los objetivos y metas, una cantidad mayor de los representantes desconocen acerca de la atención al cliente, la mayoría de los representantes tratan de brindan un buen el trato hacia los clientes, la mitad de ellos brinda una buena atención y orientación a los clientes y un porcentaje considerable manifestaron no haber brindado ninguna capacitación.

Recomendaciones

Implementar herramientas de gestión de calidad, para que así puedan dar un mejor servicio a los clientes y por tanto buscar la fidelización de los mismos. Esto llevaría a que los representantes como sus colaboradores deberán capacitarse en forma continua, sobre temas que sean relacionados al negocio que se practica.

Brindar un mejor servicio para el bienestar de sus clientes, ya que estos servicios son muy competitivos y por lo tanto tienen que ir mejorando cada día y poder tener un mayor ámbito de crecimiento del negocio.

Adecuar la organización a los nuevos diseños organizacionales donde se cumpla con los objetivos que se propone. También se recomienda ir adecuando los tipos de servicios que brindan para hacer un mejor trabajo de calidad y teniendo en consideración la atención personalizada, también es importante mencionar ir mejorando la calidad de la mano de obra y pretender tener un mejor posicionamiento en el mercado, una fidelización de los clientes y que ellos brinden sobre todo con su aceptación una buena rentabilidad.

Referencias

Avolio, Mesones y Roca (s/n) Factores que limitan el crecimiento de las MYPE en el Perú

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/viewFile/4126/4094>

Briones, C. (2017) en su tesis: Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las MYPE del Sector Comercial Boticas del Distrito San Juan Bautista - Iquitos, Año 2017.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3176>

Carrasco (2013), La satisfacción del cliente como objetivo empresarial.

<http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Accesoamercados/BibliotecaServicioalCliente/Satisfacciondelclientecomoobjetivoempresarial.aspx>

Cuatrecasas (2012) Cinco caras nuevas en el Consejo de Administración de Cuatrecasas.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Cuatrecasas>

Escudero (2015), Conceptos básicos de servicio al cliente.

http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/servicio_cliente/contenido_u1.pdf

Espinal, (2017) en su tesis: Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Marketing, En Las MYPE Del Sector Comercial Boticas, Distrito de Satipo, Año 2017

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2765>

Jimeno, Pamela (2016). Clientes incógnitos revelan mala atención en principales tiendas de malls. *La tercera*. Recuperado:

<https://www.latercera.com/noticia/clientes-incognitos-revelan-mala-atencion-principales-tiendas-malls/>

López de León, Miriam Consuelo (2014). Evaluación del Servicio al Cliente en las Empresas Farmacéuticas de Coatepeque. (Tesis de grado). Universidad Rafael Landivar, Coatepeque, El Salvador.

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Lopez-Miriam.pdf>

Lloréns Montes, Francisco Javier y Fuentes Fuentes, María del Mar. (2005). *Gestión de la Calidad Empresarial: Fundamentos e Implantación*. Madrid, España: Pirámide.

<https://www.casadellibro.com/libro-gestion-de-la-calidad-empresarial-fundamentos-e-implantacion/9788436819786/1046723>

Ley 28015, (2003). Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. Título I. Definición de la Micro y Pequeña Empresa. (pag.1). Recuperado:http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf (22.10.17) 47.

Ley 30056, (2013). Ley que modifica diversas Leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Título II. Capítulo I. Características de las micro, pequeñas y medianas empresas. (pág. 5). Recuperado:http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSION_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf (22.10.17).

Ochoa, Vanessa (2018). Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención. *Gestión*. Recuperado.

<https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918>

Ortiz, (2013) Los Sistemas de Gestión de calidad son un conjunto de normas y estándares.

<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Paz (2007), Mejoramiento de la calidad de servicio mediante la orientación al cliente y el compromiso de la empresa.

<https://www.monografias.com/trabajos15/calidad-serv/calidad-serv.shtml>

Pérez, (2010). *Calidad Total en la Atención al Cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el Servicio*, Madrid – España: Vigo.

<https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/download/568/605>

Peter Drucker, (2004) principales aportes teóricos sobre emprendimiento

<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

López (2014) en su tesis: Evaluación del Servicio al Cliente en las Empresas Farmacéuticas de Coatepeque.

Luna, (2014) en su estudio de investigación titulado: Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de huanchaco año 2014.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1374/GESTION_DE_CALIDAD_MYPES_LUNA_HUARINGA_KEVIN_ARNOLD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lloréns, (2005) El sistema de gestión de calidad se involucra a través de la excelencia empresarial.

<https://www.isotools.org/2017/06/12/importancia-excelencia-empresarial/>

Ríos (2015) en su estudio de investigación titulado: Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de huanchaco año 2014.

Rodríguez Bautista, Amelia Ruth (2016). Caracterización de la Gestión de Calidad bajo las Normas ISO 9001:2008, en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador (Boticas) del Distrito de Huaraz, 2015. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaraz, Perú.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5244>

Sáenz (2015) en su tesis sobre “La capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del AH. Miraflores alto – zona de reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015”.

Siesquen, (2015) en su tesis sobre “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”

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8073>

Talavera (2015) “propuesta para posicionamiento de marca a través de la comunicación en la empresa manantial de asturias”

http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15426/1/TALAVERA_R%C3%8DOS_NAT_BUL.pdf

Tarodo, (2014) Servicio al cliente, conceptos, elementos e importancia.

<https://concepto.de/servicio-al-cliente/>

Torres (2012), Motivación y medición del servicio al cliente.

<http://actualidadempresa.com/motivacion-medicion-del-servicio-al-cliente/>

Vasquez (2015) importancia de servicio de calidad al cliente.

<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

Villalba, (2016). Análisis de Calidad del Servicio y Atención al Cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q restaurant, y Sugerencias de Mejora. (Tesis de Pregrado). Pontifica Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.

<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/11384>

Weinberger, (2014) Concepto de Emprendedor. Recuperado el 04 de Abril del 2016.

<http://emprendeup.pe/conceptos/que-es-ser-emprendedor/>

Anexos

Anexo N° 01: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE AVANCE	SEMANAS																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Se realizó el asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Identificación de las variables.	X	X	X														
Determinación del sector y rubro a estudiar.			X	X													
Título del proyecto de investigación.				X	X												
Elaboración de Planteamiento de la investigación.					X	X											
Elaboración del Marco Teórico y conceptual.						X	X	X									
Elaboración de Metodología de la investigación.								X	X	X							
Presentación de Proyectos de Investigación.											X						
Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos.											X	X					
Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.												X					
Revisión de referencias bibliográficas, APA.												X	X				
Presentación del informe final de investigación.													X	X			
Revisión del turnitin.														X			
Elaboración de Artículo científico y diapositivas.																X	
Sustentación del informe final de investigación																	X

Anexo N° 02: Presupuesto

			TOTAL	
			S/.	3,022.00
Cant.	Unidad	Descripción	Costo	Costo
	Medida		Unitario	Total (S/.)
		Pasajes y costo del curso		2800.00
5	Pasajes	Pasajes ida y vuelta Huacho-Chimbote	60.00	300.00
1	Unidad	Costo del taller de titulación	2500.00	2500.00
Materiales de Escritorio				
				222.00
1	Millares	Papel bond A-4	20.00	20.00
2	Caja	Fastener	7.00	14.00
1	Unidad	Perforador	10.00	10.00
3	Unidad	Engrapador	15.00	45.00
2	Ciento	Sobre tamaño A4	12.00	24.00
1	Ciento	Folder tamaño A4	15.00	15.00
2	Unidad	Archivador de palanca	10.00	20.00
1	Unidad	Tablero	8.00	8.00
1	Caja	Lapiceros color azul tinta seca pilot	22.00	22.00
1	Caja	Lapiceros color negra tinta seca pilot	22.00	22.00
1	Caja	Lápiz	2.00	2.00
1	Unidad	Borrador de papa	3.00	3.00
2	Unidad	Corrector Liquido tipo lapicero	4.00	8.00
3	Unidad	Tajador de mesa	3.00	9.00

Anexo N° 03: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Gestión de Calidad como factor relevante el Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro Metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019”. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione

Marca con una (x) la respuesta que corresponde:

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

1. ¿Cuál es su edad?
 - a) 18 – 30 años
 - b) 31 – 50 años
 - c) 51 a más años
2. ¿Cuál es su género?
 - a) Masculino
 - b) Femenino
3. ¿Cuál es su grado de instrucción de los representantes de las Mypes?
 - a) Primaria
 - b) Secundaria
 - c) Superior no universitaria
 - d) Superior universitaria

4. ¿Cuál es el cargo que Desempeña?
 - a) Propietario
 - b) Administrador
 - c) Otros
5. ¿Qué tiempo tiene desempeñándose en el cargo?
 - a) 0 a 3 años
 - b) 4 a 6 años
 - c) 7 a más años

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

6. ¿Cuántos trabajadores son los que laboran en su empresa?
 - a) 1 a 5 trabajadores
 - b) 6 a 10 trabajadores
 - c) 11 a más trabajadores
7. ¿La Micro y Pequeña Empresa se creó con el objetivo?
 - a) Generar ganancia
 - b) Estabilidad
 - c) Posicionamiento en el mercado
8. ¿Tiempo que tiene trabajando en el rubro?
 - a) 0 a 3 años
 - b) 4 a 6 años
 - c) 7 a más años

1.3.REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE

9. ¿tiene Ud. conocimiento acerca de la Gestión de Calidad?
 - a) Si
 - b) No
 - c) Poco
10. ¿Ha aplicado técnicas dentro de la empresa, para mejorar la gestión de calidad?
 - a) Si
 - b) No

11. ¿Qué técnicas aplica para medir el rendimiento laboral de sus trabajadores?
 - a) La observación
 - b) La evaluación
 - c) Escala de puntuaciones
 - d) Ninguno
 - e) Otros
12. ¿Cree usted que la Gestión de Calidad, puede ayudar a alcanzar los objetivos y metas planteadas por su empresa?
 - a) Si
 - b) A veces
 - c) No
13. ¿Tiene conocimiento acerca de la Atención al Cliente?
 - b) Si
 - c) No
 - d) Poco
14. ¿Cómo cree usted que es el trato que se les brinda a los clientes?
 - a) Malo
 - b) Regular
 - c) Bueno
 - d) Muy bueno
15. ¿Brindar una buena atención y orientación al cliente le permitirá posicionarse adecuadamente en un mercado competitivo?
 - a) Si
 - b) No
 - c) Tal vez
16. ¿La Empresa brinda alguna capacitación a sus empleados para que brinden un buen servicio al cliente?
 - a) Si
 - b) No
 - c) A veces

Anexo N° 04: Figuras

Características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019.

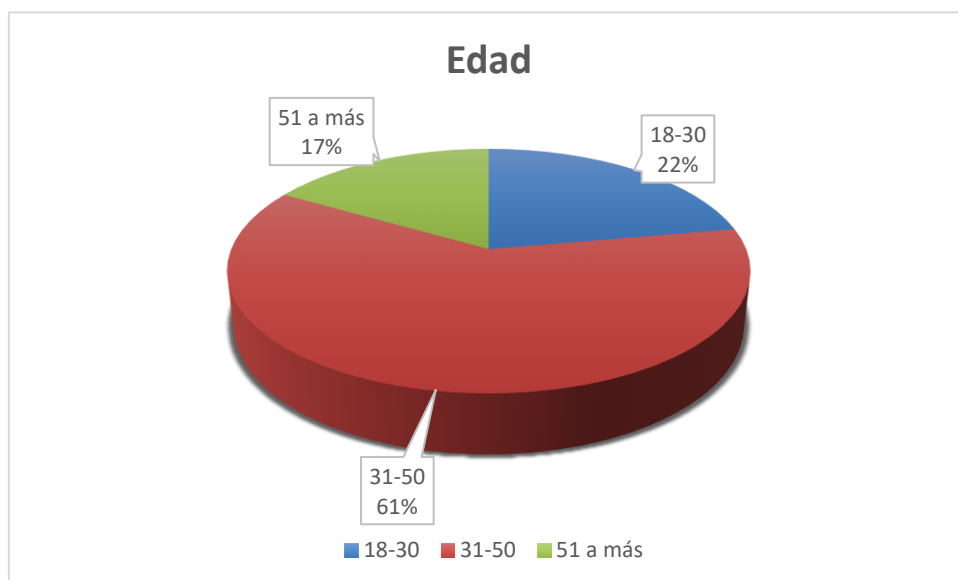


Figura 1: Edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Fuente: Tabla 1

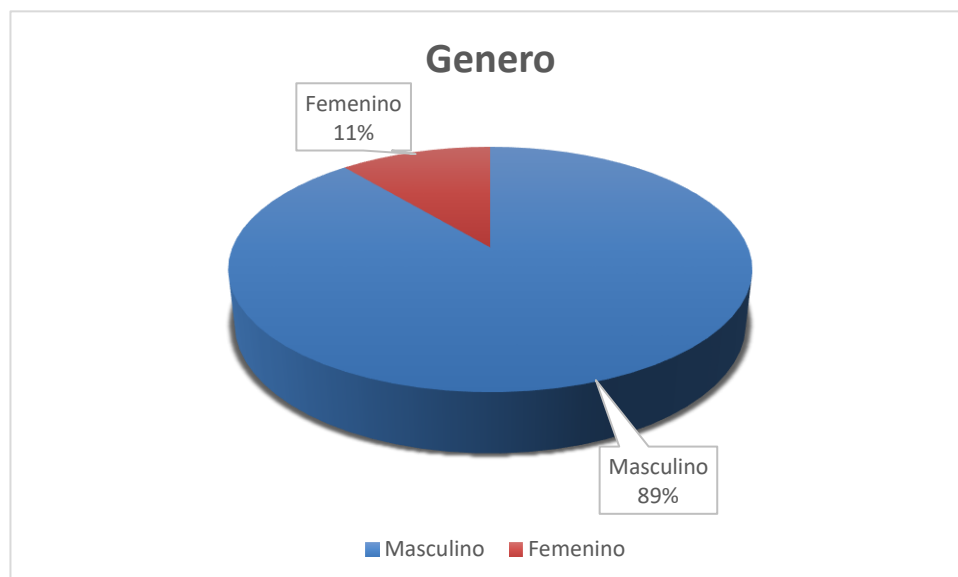


Figura 2: Género de los representantes.

Fuente: Tabla 1

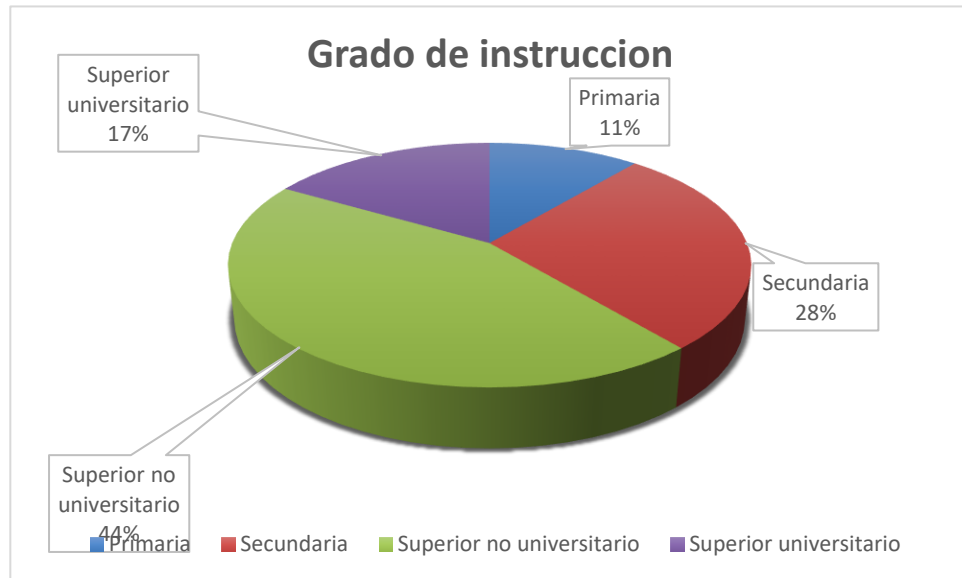


Figura 3: Grado de instrucción de los representantes.

Fuente: Tabla 1

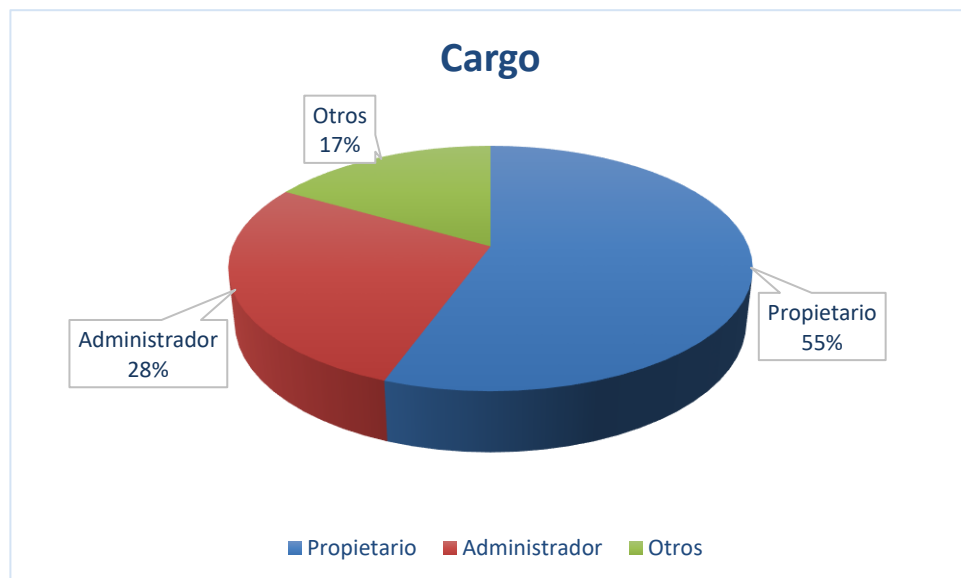


Figura 4: Cargo que desempeñan los representantes.

Fuente: Tabla 1

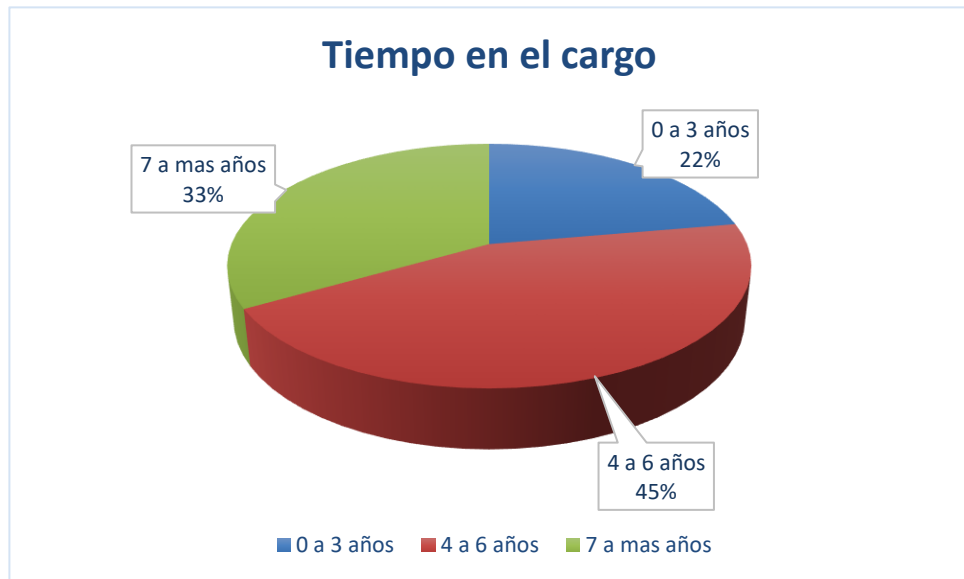


Figura 5: Tiempo desempeñándose en el cargo.

Fuente: Tabla 1

Características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019.



Figura 6: Cantidad de trabajadores con los que cuenta su empresa.

Fuente: Tabla 2

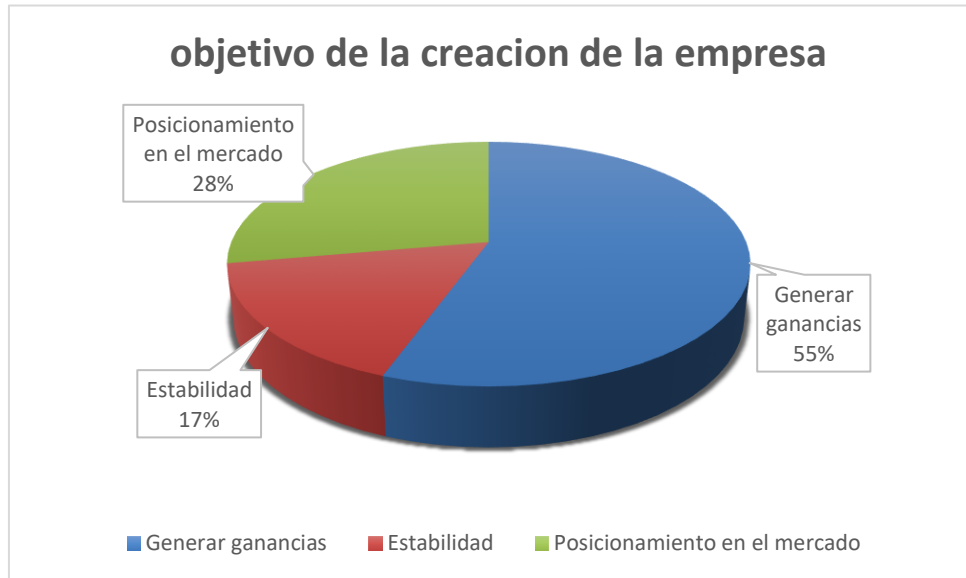


Figura 7: la empresa se creó con el objetivo de:

Fuente: Tabla 2



Figura 8: Tiempo que tiene trabajando en el rubro.

Fuente: Tabla 2

Características de la Atención al Cliente como factor relevante de la gestión de Calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Metalmecánica en el Distrito de Huacho, 2019

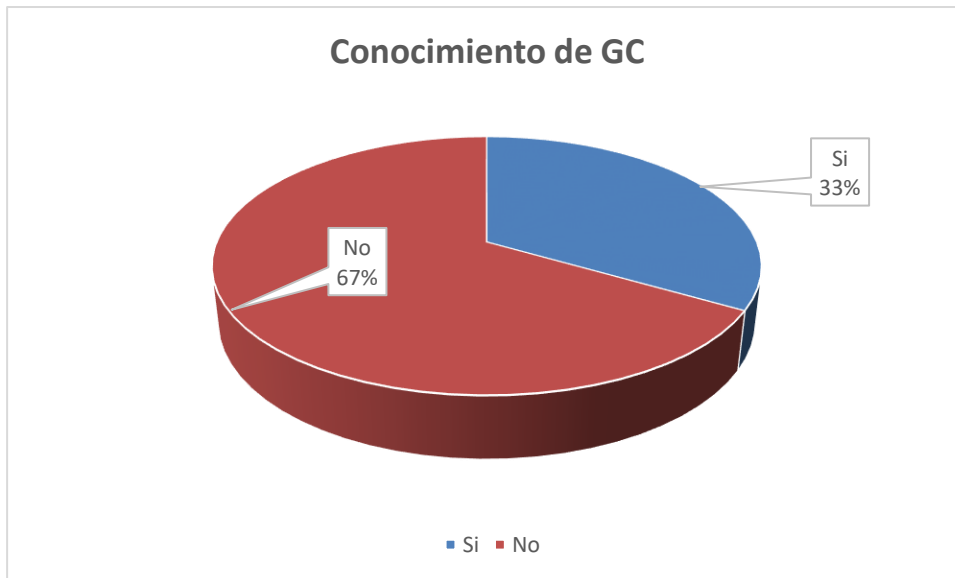


Figura 9: tiene Ud. conocimiento acerca de la Gestión de Calidad.

Fuente: Tabla 3

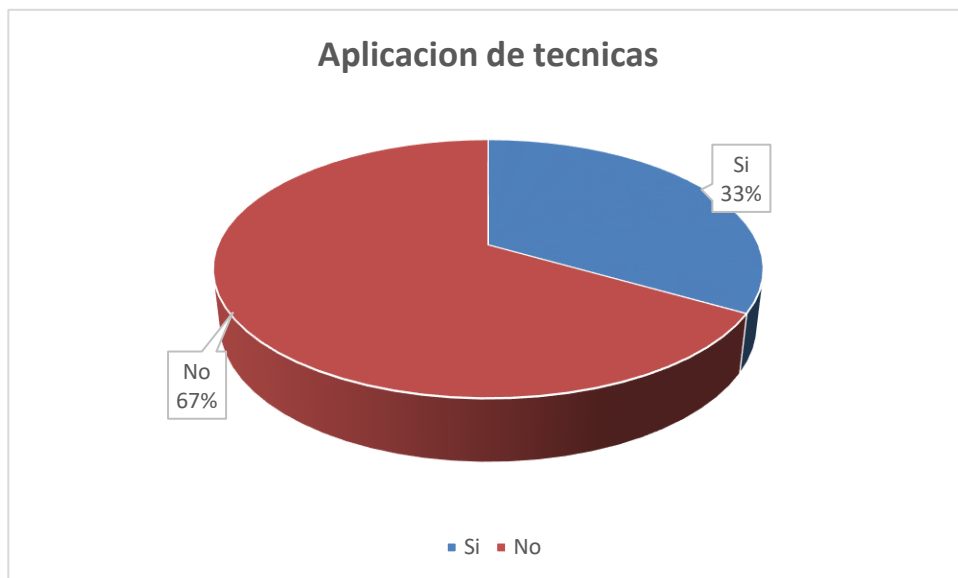


Figura 10: Ha aplicado técnicas dentro de la empresa, para mejorar la gestión de calidad.

Fuente: Tabla 3

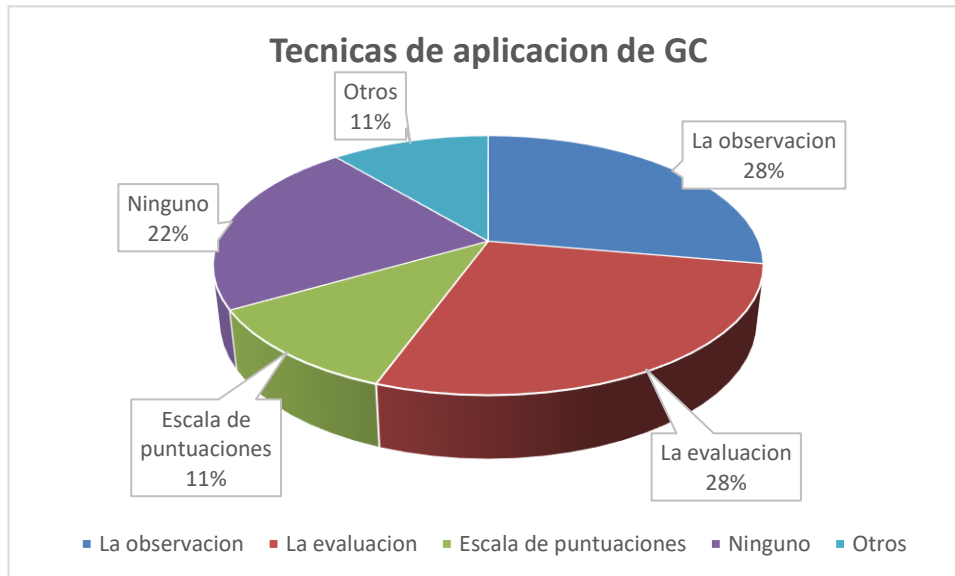


Figura 11: Qué técnicas aplica para medir el rendimiento laboral de sus trabajadores.

Fuente: Tabla 3

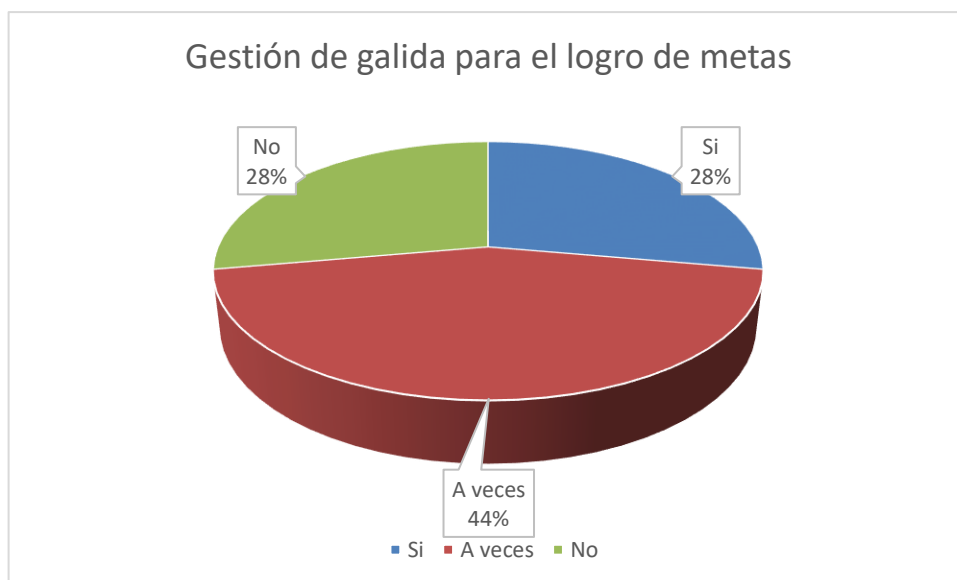


Figura 12: Cree usted que la Gestión de Calidad, puede ayudar a alcanzar los objetivos y metas.

Fuente: Tabla 3

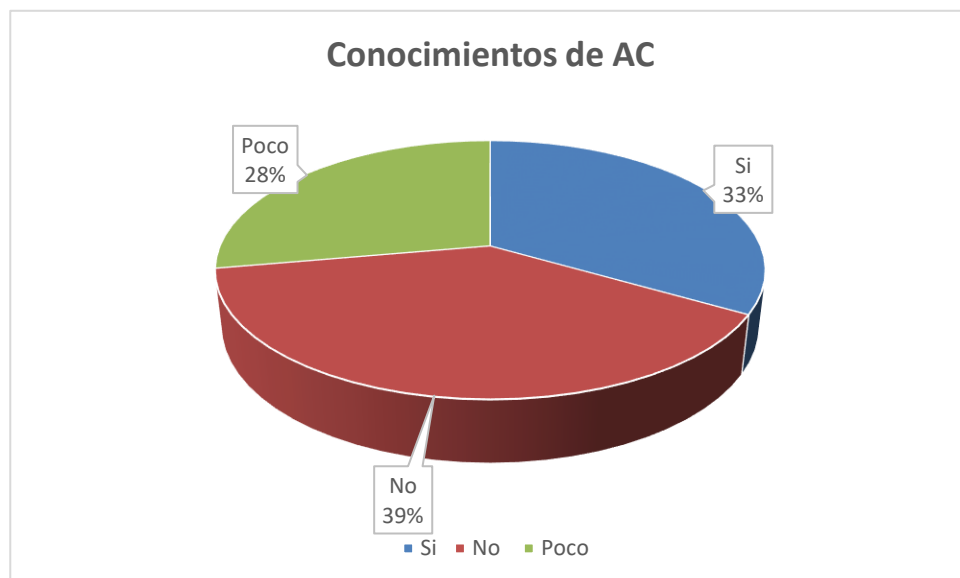


Figura 13: Tiene conocimiento acerca de la Atención al Cliente.

Fuente: Tabla 4

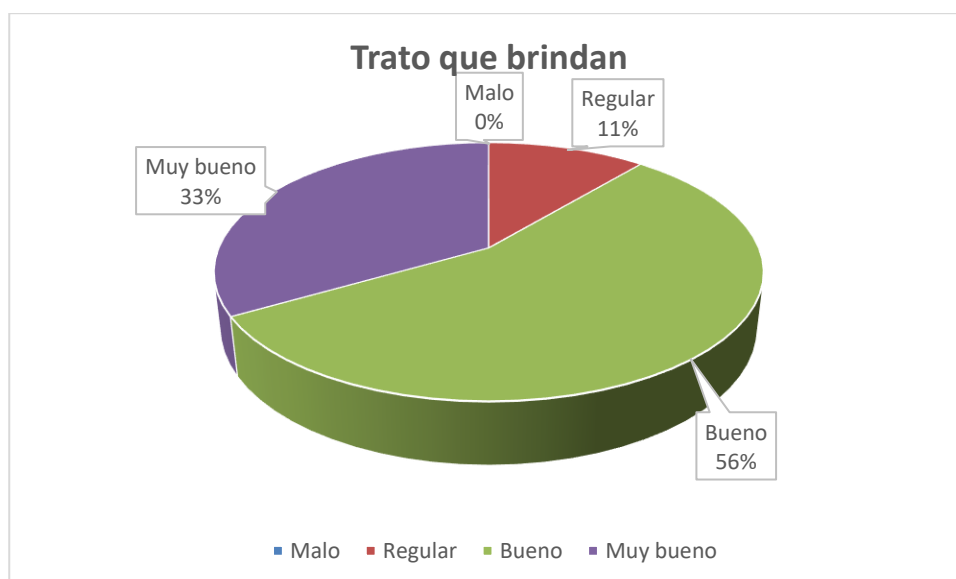


Figura 14: Cómo cree usted que es el trato que se les brinda a los clientes.

Fuente: Tabla 4



Figura 15: Brindar una buena atención y orientación al cliente le permitirá posicionarse adecuadamente en un mercado competitivo.

Fuente: Tabla 4

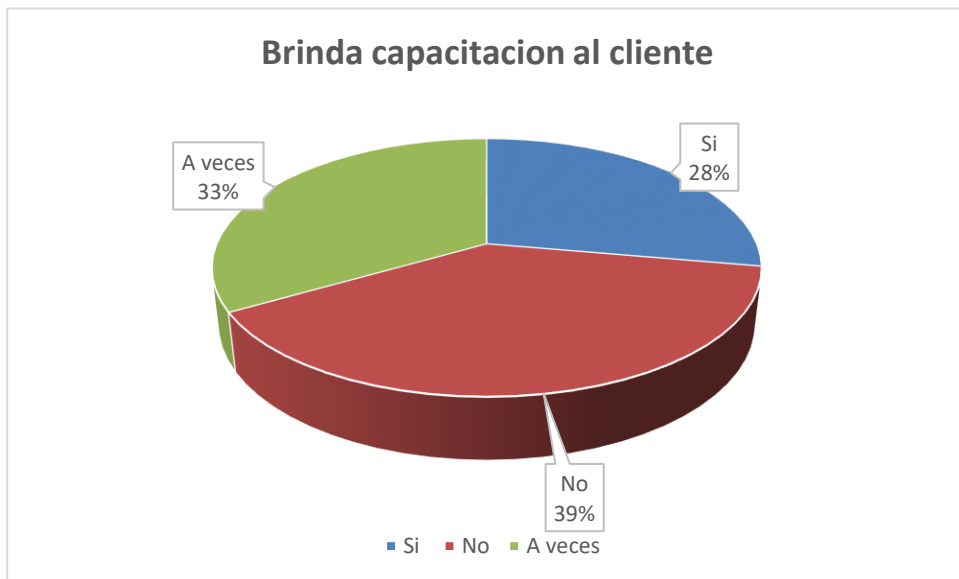


Figura 16: La Empresa brinda alguna capacitación a sus empleados para que brinden un buen servicio al cliente.

Fuente: Tabla 4