



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS, RUBRO – POLLERÍAS, CASCO URBANO
DE CHIMBOTE, AÑO 2018**

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

AUTOR:

VELASQUEZ SAUCEDO, JOSÉ BENJAMIN
ORCID: 0000-0002-0631-142X

ASESOR:

REBAZA ALFARO, CARLOS ENALDO
ORCID: 0000-0002-5066-5794

CHIMBOTE – PERÚ
2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Velásquez Saucedo, José Benjamín

ORCID: 0000-0002-0631-142x

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - UCT, Estudiante de
Pregrado, Chimbote, Perú.

ASESOR

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

ORCID: 0000-0002-5066-5794

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - UCT, Facultad de
Administración, Escuela Profesional Administración de Empresas,
Chimbote, Perú

JURADO:

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID ID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID ID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID ID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID ID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID ID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID ID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

ORCID: 0000-0002-5066-5794

Asesor

Agradecimiento

Agradezco principalmente a Dios, por ser quien me da las fuerzas para poder continuar en este proceso de obtener una de mis grandes metas. Por darme las fuerzas y la valentía que necesito para poder seguir adelante y así perseverar para la lucha constante y lograr lo que más anhelo mi corazón.

Agradezco enormemente a mis padres, por su amor y su apoyo en todo estos años, gracias a ustedes eh podido lograr una de mis metas. Gracias les doy por ese apoyo incondicional que brindan y por estar siempre ahí en todo momento, los quiero mucho.

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo especialmente a mis padres Yovana y Cesar que se sacrifican día con día para poder estudiar y seguir realizando mi sueños y objetivos.

A mis hermanos por darme ese apoyo en los momentos más difíciles de mi vida, por darme esos consejos que me sirven de ayuda, y por enseñarme que con el fuerzo y la dedicación se puede lograr muchas cosas.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías, Casco Urbano de Chimbote, año 2018. La investigación fue no experimental – transversal - descriptivo. Para el recojo de información se utilizó una muestra de 15 Micro y pequeñas empresas de una población de 30 Micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 80% de los representantes tienen entre 18 a 50 años de edad. El 66.67% son de género masculino. El 93.33% de los encuestados son los dueños de las pollerías. El 86.67% de los representantes encuestados no laboran con familiares. El 46.67% utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión. El 40% de los representantes aseguran que las dificultades para implementar la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. El 60% de los representantes de las Mypes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. El 80% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena. El 53.33% considera que brindan una buena atención. El 33.33% de los representantes han logrado obtener el posicionamiento de la empresa, se concluye que la mayoría de las Mypes aplican gestión de calidad en atención al cliente, dado que utiliza la comunicación esto lleva a que se pueda fidelizar a los clientes, en la cual si brindan una buena atención al cliente ya que tienen una atención personalizada y esto les ayuda a que tengan un incrementos en las ventas.

Palabras clave: Atención, Calidad, Cliente, Fidelizar, Gestión.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the characteristics of quality management in customer service in micro and small companies in the service sector - pollerías, Casco Urbano de Chimbote, 2018. The research was of a non-experimental design - transversal - descriptive. For the collection of information, a sample of 15 Micro and small companies from a population of 30 Micro and small companies was used to whom a questionnaire of 23 questions was applied, through the technique of the survey obtaining the following results: 80 % of the representatives are between 18 and 50 years old. 66.67% are male. 93.33% of respondents are the owners of the pollerías. 86.67% of the representatives surveyed do not work with relatives. 46.67% use customer service as a management tool. 40% of the representatives say that the difficulties in implementing quality management is that they do not adapt to the changes. 60% of Mypes representatives use trust as a customer service tool. 80% of the representatives consider that the attention they provide is good. E 53.33% consider that they provide good attention. 33.33% of the representatives have managed to obtain the positioning of the company, it is concluded that most of the Mypes apply quality management in customer service, since it uses communication this leads to customer loyalty, in which if they provide good customer service they already have personalized attention and this helps them to have an increase in sales.

Key words: Attention, Quality, customer, Loyalty, Management.

CONTENIDO

1. Título de la Tesis.....	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja de jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Hoja de Agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y Abstract.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura.....	11
III. Hipótesis:.....	47
IV. Metodología.....	48
4.1. Diseño de la investigación.....	48
4.2. Población y muestra:.....	49
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	50
4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	53
4.5. Plan de análisis.....	53
4.6. Matriz de consistencia:.....	54
4.7. Principios éticos.....	56
V. Resultados:.....	57
5.1 Análisis:.....	57
5.2. Análisis de los resultados:.....	62
VI. Conclusiones.....	71
Aspectos complementarios.....	72
Referencias bibliográficas:.....	73
Anexos.....	81

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

Tabla 1. Referente a los representante de las micro y pequeñas empresa.....	57
Tabla 2. Referente a las característica de las micro y pequeñas empresas.....	58
Tabla 3. Referente a la variable gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas.....	59
Tabla 4. Referente a las técnicas administrativas: atención al cliente en las micro y pequeñas empresas.....	60

Figuras (Anexos)

Figura 1. Edad de los representantes.	91
Figura 2. Genero del representante.	91
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes.	92
Figura 4. Cargo que desempeña los representantes.....	92
Figura 5. Tiempo que se desempeña los representantes en el cargo.....	93
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.	93
Figura 7. Número de Trabajadores de la Micro y pequeñas empresas.	94
Figura 8. Vinculo de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas.....	94
Figura 9. Objetivo de las micro y pequeñas empresas.....	95
Figura 10. Conocimiento del término gestión de calidad.	95
Figura 11. Conocimiento de las técnicas de la gestión de calidad.	96
Figura 12. Dificultades del personal para la implementación de la gestión de calidad..	96
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento personal.....	97
Figura 14. Rendimiento el negocio con la gestión de calidad.....	97
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos.....	98
Figura 16. Conocimiento de atención al cliente.....	98
Figura 17. Aplica gestión de calidad.....	99
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para el cliente regrese.....	99
Figura 19. Herramientas de servicio de calidad.....	100
Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio.....	100
Figura 21. Atención brindada a los clientes.....	101
Figura 22. Porque se considera que se da una mala atención.....	101

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las Pequeñas y Medianas Empresas (MYPES) son un factor determinante para el crecimiento económico de un país, así como para la generación de empleo sustentable y de calidad, ha ocupado la atención de economistas, políticos y científicos del área, quienes consideran este sector empresarial como vital para fomentar los espacios productivos. Es muy importante no subestimar a las pequeñas y medianas empresas por su tamaño, y pensar que no es necesario un sistema de control interno para dichas empresas.

Se sabe que en el Perú existen más de 3.5 millones de micro y pequeñas empresas (MYPES) de las cuales el 84.7 % se produce dentro de la informalidad. Gran parte de estas empresas desconocen los beneficios de pasar a la legalidad. Aquí detallamos lo rentable que resulta para el empleador como para los trabajadores, el desenvolverse en la formalidad. En nuestro país se considera una microempresa a aquella persona natural o jurídica, cuyas ventas anuales sean como máximo 150 UIT (562,500 nuevos soles) y tengan no más de 10 trabajadores. Dichas empresas están regidas bajo la nueva ley de las MYPES, con la cual se busca promocionar la competitividad, formalización y desarrollo de las mismas, además de ofrecer diversos beneficios. Se utiliza la palabra MYPES para referirse a micros y pequeñas empresas. Estas son fundamentales dentro de la economía del Perú, ya que son generadoras del 80% del empleo del país. Según antecedentes entregados por el Instituto Nacional De Estadística E Informática (INEI), mediante la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO 2013), en la región hay alrededor de 6.2 millones

de micro y pequeñas empresas, casi la totalidad tiene menos de 10 trabajadores. El crear una propia MYPE es una excelente opción en el Perú, ya que el mercado entrega grandes posibilidades de triunfo para quienes se atrevan a dar este gran pasó. Se desconoce el tema en el Perú de la Gestión de Calidad, que no solamente se centra en la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes, si no en los medios para obtenerla, Por lo tanto, la gestión de calidad utiliza al aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente.

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad describir las principales características de la gestión de la calidad con el uso de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías, casco urbano de Chimbote, año 2018. En la metodología del proyecto fue de tipo descriptiva y nivel cuantitativo porque se utilizó datos numéricos, donde las variables expresadas en números también se utilizarán gráficos, fue no experimental y transversal. Por lo tanto, se ejecuta la investigación de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías, casco urbano de Chimbote, año 2018.

El surgimiento de nuevas economías sumado al acelerado crecimiento tecnológico y al fortalecimiento del mercado empresarial, ha llevado a la transformación de las empresas en gran escala. En este proceso de cambio surge la necesidad de utilizar nuevas herramientas de gestión en los micros y pequeñas empresas para aumentar la capacidad de respuesta frente a los constantes cambios del entorno, y así mejorar la productividad, garantizando la satisfacción de los clientes. Para ello, se requiere gestionar adecuadamente los recursos de la empresa. El país y el mundo avanzan a una velocidad acelerada hacia la

globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad y esta situación trae consigo grandes retos a los países y a las micro y pequeñas empresas (MYPE) en cuanto a diversos temas como la generación de empleo, mejora de la competitividad, promoción de las exportaciones y sobre todo el crecimiento del país, según Centurión (2013).

Por ello, el presente trabajo de investigación relacionado con el conocimiento de las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas (MYPE) tiene como objetivo también servir como instrumento de información y orientación a los empresarios de hoy en día, para mejorar la gestión dentro de su negocio, brindando conocimiento acerca de lo que está pasando en las MYPES de distintos países, como, por ejemplo:

En España, las micro y pequeñas empresas son denominadas como pyme, y se encuentran afrontando retos importantes pues la recuperación económica del país está en sus manos. Las pequeñas y medianas empresas representan más del 90% del tejido empresarial en España y son las principales generadoras de empleo cuanto más pequeñas, más trabajadores producen, la subdirección general de apoyo a la pyme subraya que las compañías que cuentan hasta con 9 asalariados, suponen el 30% del empleo nacional y las que contabilizan hasta 49 trabajadores el 17%. De acuerdo con el Ministerio de Industria, con datos de 2013, el 80% de las empresas ejercen su actividad en el sector servicios y, dentro de este, el 24,3% se refiere al comercio; por su parte, la construcción supone el 13,6%, e industria, el 6,4%. La realidad de las pymes españolas aún es muy dura, porque el acceso a la financiación sigue limitado; hay poco crédito y muy caro, por tanto, el

proceso natural de desarrollo, modernización y expansión se ha suspendido en muchos casos, sin embargo, tienen como prioridad en sus planes estratégicos la salida al exterior (Galdón, 2014)

En Estados Unidos, aunque las condiciones actuales para iniciar o consolidar una actividad productiva no son óptimas, este país continúa ofreciendo buenas oportunidades a las personas creativas y emprendedoras, ofreciendo cada año más y mejores condiciones para iniciar, desarrollar y consolidar pequeños emprendimientos. Las cifras demuestran que un 52% de los empleos provienen de las pequeñas empresas, ofreciendo más oportunidades de empleo a nuevos grupos como personas mayores, jóvenes y estudiantes o trabajadores de media jornada; más de 9 millones de pequeños negocios pertenecen a mujeres. Estados Unidos posee uno de los más sólidos y efectivos sistemas de apoyo a los pequeños negocios que se han creado. Se trata del Programa de Asistencia Financiera de la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa, cuyo objetivo principal es brindar apoyo a grupos minoritarios como hispanos, asiáticos, africanos y americanos de menores recursos (García, 2010).

Por otro lugar las micro y pequeñas empresas en México generan algo cerca del 72% de los empleos formales de la economía, pero estos pequeños negocios a su vez tienen un gran problema en cuanto a su gestión, ya que en ocasiones prometen cosas imposibles a sus clientes, no son realistas en el momento de ofrecer algún producto, y como consecuencia a largo plazo hace que los clientes sientan inseguridad en las transacciones (Diario Forbes, 2015).

En Colombia, las MYPES fueron legalmente reconocidas en el año 2000, lo que generó una serie de investigaciones y estudios que permitieron entender mejor los retos que enfrentan en su proceso de crecimiento. Es preciso de destacar que, en el ambiente económico actual, las grandes empresas tienden a buscar los beneficios de estructura más livianas, por lo que el tamaño PYME se muestra muy relevante en el mundo actual, por lo cual el desempeño de las MYPES es el objetivo fundamental de análisis en este trabajo. En el caso colombiano, han existido limitaciones en términos de información para hacer seguimiento al comportamiento de las PYME. realizan un análisis del desempeño de la PYME manufacturera en países Latinoamericanos bajo el Nuevo Modelo Económico(apertura), con base en la estimación de indicadores de producción, empleo y productividad con identificación de patrones de obalización y factores que han determinado su funcionamiento(Cortes 2015)

En el caso de Colombia el período analizado cubre solo hasta el año 1996. El trabajo analiza el comportamiento de las PYMES, sus principales determinantes de dinámica, y trata de mostrar la importancia de una política económica adecuada, el acceso a información técnica y de mercado y el papel de las PYMES en la generación de valor agregado. En Chile, si bien es cierto es uno de los países más importantes y fuertes de la economía Latinoamericana, en su pleno desarrollo por los buenos resultados de la economía y sobre todo por haber enfrentado y salido en buenas condiciones de la crisis económica que afectó al mundo en el año 1999- 2000. En estas empresas las diferencias en su tamaño y raíz de su existencia, las hace estar en posiciones de distintos privilegio para enfrentarse en el mercado, las pymes representan el 96% de total de empresas del

país generando el 62,6 del empleo. En el año 2003 según los datos del gobierno de Chile, existe un total de 1.445.921 empresas de las cuales son formales 697.513 y existen 748.408 empresas informales en el país. En Argentina, las micro y pequeñas empresas se caracterizan por el uso discrecional del poder que realiza el empresario, tratando de reemplazar la carencia de conocimientos formales de administración con su conocimiento en base a la experiencia, es decir no tienen una educación formal vinculada a la gestión empresarial, el empresario argentino se hace con la experiencia a base de prueba y error. La gran informalidad que caracteriza a las Mypes argentinas se debe a que casi el 50% de empresarios son hijos de empresarios. Los empresarios argentinos siempre están con mucho trabajo pues no son capaces de delegar funciones, pues no tienden a brindar información con facilidad por miedo a perder su ventaja competitiva. Y uno de los puntos que llama la atención es que en las motivaciones empresariales no existe un predominio económico, sino que existen otras motivaciones tales como la consecución de independencia y el deseo de ser propio jefe (Aira, 2012).

En el Perú, si bien es cierto las micro y pequeñas empresas desempeñan un papel fundamental en la economía del país, contribuyendo a la creación de empleo, disminuyendo la pobreza e incrementando el producto bruto interno, pero es conveniente indicar que nuestras micro y pequeñas empresas todavía no están listas para participar en el comercio internacional de una economía globalizada, pues sus bajos niveles de gestión de calidad, y la carencia del uso de técnicas y herramientas de gestión no les permite adaptarse a los nuevos flujos de información (Zúñiga, 2015). Por otro lado, en el Perú, las estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

(MTPE), referidas a las micro y pequeñas empresas, muestran que la participación de las MYPES es en el PBI ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú (MTPE, 2007) y el 80.96% de la población económicamente activa (MTPE, 2005). Asimismo, las poblaciones de MYPES en el Perú incluye a: empresas que tengan de uno hasta 50 trabajadores inclusive, empresas que tengan ventas máximas de hasta 150 unidades impositivas tributarias (equivalentes a 3,600 soles cada una). En el caso del presente estudio, se han considerado dentro de la población de empresarios MYPE a aquellos que tienen ventas máximas de hasta 150 unidades impositivas tributarias, tienen el 50% o más de la propiedad formal de la empresa (independientemente de la forma como obtuvieron la propiedad), se encuentran activamente involucrados en la operación de esta, ya sea como gerente o administradores y generan empleo para sí mismos y para otras personas.

En Ancash, existe una gran cantidad de emprendedores, que luchan por sobrevivir, pues la situación económica está sumamente difícil, por ende, la asistencia técnica es importante, entonces el Gobierno debería apoyar, mediante talleres, charlas, seminarios, sobre temas de gestión, para que los microempresarios continúen mejorando en su desarrollo empresarial. Las MYPES en el departamento de Ancash. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática, el 88% de la Población Económicamente Activa (PEA) del departamento trabaja en micro, pequeñas o medianas empresas. De este total, el 69.2% trabaja en las microempresas. El 9.6% (33 mil 140 personas) trabaja en pequeñas empresas y el 9.2% en medianas empresas. Mientras, apenas el 11% de la población ancashina trabaja en grandes empresas. Por último, en la ciudad de Chiclayo, más de 18 mil micro

y pequeñas empresas operan actualmente en la provincia del Santa. Pese a su gran fuerza laboral, aún no consiguen el despegue. Las pequeñas y medianas empresas, conocidas como MYPES, no tendrían nada que envidiar a los grandes sectores de generación de ingresos al país, hasta hoy se sabe que las principales problemáticas de las MYPES son:

- Tienen un limitado acceso a nuevos mercados
- Una baja capacidad de gestión empresarial
- Ausencia de identidad y cultura empresarial,
- Poca asociatividad y articulación con medianas y grandes empresas
- Reducido uso de Tics
- Limitado acceso al Financiamiento (Sotelo, 2015).

Por otro lado Walter Ramírez, jefe de la Oficina de Estudios Económicos del Instituto Nacional de Calidad (INACAL) indico que otra problemática de la MYPES son la mala gestión de calidad ya que solo el 1% del total de empresas formales en el Perú cuentan con sistemas de gestión de calidad, lo cual revela que existe un gran trabajo para convencer a las restantes de que caminen por el sendero de la competitividad (Anónimo, 2016).

Por su parte Fernando Cáceres afirma que las problemáticas principales de las MYPES es la informalidad y falta de interés de parte de los gerentes ya que prácticamente el 99% de las empresas en el Perú caen en el rubro de MIPYME: micro, pequeñas y medianas

empresas. Este segmento genera alrededor del 63% del empleo en el país y no en vano se le llama “el motor de la economía”. Sin embargo, estas empresas se desarrollan mayoritariamente en un ambiente de informalidad. El 85% de las MYPE (micro y pequeñas empresas) son informales (Enaho, 2013).

Sin embargo, a nivel del ámbito de estudio se desconocen las principales características del ámbito en estudio. Por ejemplo, se desconoce si dichas MYPES tienen problemáticas similares tales como mala gestión de calidad, desinterés de los gerentes y mala atención al público; he aquí el vacío del conocimiento.

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector - servicio rubro pollerías casco urbano Chimbote, año 2018? Obteniendo lo siguiente objetivos de la investigación, el objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías, Casco Urbano de Chimbote, año 2018, los objetivos específicos, Identificar las características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías, Casco Urbano de Chimbote, año 2018, Describir las características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro Pollerías, Casco Urbano de Chimbote, año 2018, Determinar las características de una gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro

pollerías, Casco Urbano de Chimbote, año 2018, la presente investigación se justifica porque permitió conocer a nivel descriptivo las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías, Casco Urbano de Chimbote, año 2018; es decir conocer las principales características del rubro, las MYPES y de sus representantes. Asimismo, desde el punto de vista teórico, esta investigación busca mediante la aplicación de diversas teorías y los conceptos de gestión de calidad enfocado en la atención al cliente, dar a conocer la importancia de esta variable, pues gracias a esta información, podremos identificar las maneras o formas de gestión que pueden ser útiles para investigaciones futuras o para quienes deseen conocer o identificar propuestas de desarrollo empresarial de las micro y pequeñas empresas, y tomando en cuenta que este tema abrirá nuevos caminos para los empresarios. De la misma manera en la investigación se aplicó la metodología científica, ya que se empleó fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, y se diseñó un cuestionario para el recojo de información, dicho instrumento de recojo de datos constituye una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable. Así también servirá como antecedentes para todos los interesados en el tema, de esta manera podrán comparar sus resultados y formular nuevas ideas o recomendaciones para que las Micro y pequeñas empresas mejoren su gestión de calidad en atención al cliente. Por último, la investigación se justifica porque a través de su desarrollo y sustentación obtendré mi título profesional de Administrador, lo que a su vez permitió que la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote- UCT, mejore los estándares de calidad, al exigir que sus egresados se titulen a través de la elaboración y sustentación de una tesis, conforme lo establece la Nueva Ley Universitaria. La presente Metodología fue No experimental – Transversal y

descriptivo se diseñó un cuestionario para la recolección de la información. Cuenta con un objetivo de la organización que es generar ganancias representado con el 66.67%. A modo de conclusión el 60.00% tiene muy poco conocimiento con respecto al término gestión de calidad, esto indica que la técnica moderna con más frecuencia usada es la atención al cliente con el 46.67% y finalmente el rendimiento del negocio si contribuye con el 53.33%. Finalmente la conclusión es referente al tiempo de permanencia en el cargo es de 4 a 6 años asimismo el número de trabajadores que labora una empresa es entre 6 a 10 por lo tanto las personas que trabajan no son familiares sino del exterior, no obstante el objetivo de una organización es generar ganancias.

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes

En este trabajo se entiende por antecedentes internacionales a todo trabajo de investigación realizado por cualquier investigador en cualquier ciudad de algún país del mundo, menos de Perú; sobre aspectos relacionados con nuestro objeto de estudio. Revisando los antecedentes se ha podido encontrar lo siguiente:

Díaz (2010) en su tesis *Modelo de gestión para la satisfacción de las necesidades de los clientes de la empresa MEGAPROFER S.A., Ambato, Ecuador*; sobre modelo de gestión para la satisfacción de las necesidades de los clientes/usuarios de la empresa MEGAPROFER S.A., ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, cuya actividad está orientada a la importación y comercialización de productos ferreteros ,

inicia con el estudio de la problemática de la satisfacción del cliente por el servicio y atención que perciben, realizando también el sustento teórico de lo que es un modelo de gestión y datos importantes con la finalidad de poseer cimientos para poder desarrollar la propuesta de este trabajo investigativo. La realización del presente trabajo se considera de suma importancia en virtud de que, a través de éste, se alcanzará mejorar todos los procesos, actividades y mecanismos que operan dentro de la empresa Megaprofer S.A., así también, llevarlo a cabo, ya que además de los beneficios que se logren, servirá como modelo, susceptible de ser utilizado por otras organizaciones. En el presente trabajo de investigación se utilizó la siguiente metodología: modalidades básicas e importantes, los resultados evidencian del 100% de los clientes encuestados el 37.33% de los clientes está dispuesto a esperar dos días por su mercadería, el 30.22% puede esperar hasta tres días, el 20.44% está dispuesto a esperar un día, el 9.33% espera hasta cinco días, mientras que el 2.67% está dispuesto a esperar más de cinco días de los clientes encuestados el 81.78% dice que la empresa si se preocupa por sus necesidades, y tan solo el 18.22% dice que la empresa no se preocupa por sus necesidades. Se concluye que Se ha detectado que la calidad de servicio y atención que brinda la empresa tan solo es bueno, creando insatisfacción al cliente.

Cortez (2015) en su tesis *Calidad de servicio al Cliente ofrecido en juzgados civiles de Colombia*. La investigación corresponde a una indagación exploratoria, que básicamente busca recabar información, a fin de llegar a la comprobación o reprobación de las hipótesis planteadas frente a la calidad del servicio al cliente que prestan actualmente los juzgados

civiles del circuito en Colombia. Se realizaron encuestas cerradas a los usuarios directos del sistema y algunos no usuarios para medir la percepción; de igual forma se establecieron entrevistas con cada una de las partes involucradas en el proceso de cobro judicializado y se analizaron casos reales, con lo que se concluyó principalmente que el servicio prestado no cumple con las expectativas de los usuarios. Para el desarrollo del presente documento se aplicó el método del caso, el cual se utilizó como estructura básicamente por la flexibilidad que presenta al momento de establecer una posición de carácter cualitativo, junto al apoyo de herramientas cuantitativas, lo cual permitió una consolidación de información mayormente acertada gracias al proceso de triangulación de datos. Los resultados evidencian que 54,17% de los profesionales presentaron un nivel medio de este síndrome con los valores de 54,17%, 54,17% y 52,1% en las dimensiones de agotamiento emocional, despersonalización y realización personal respectivamente; así mismo, 79,2% de la población aplican estrategias de afrontamiento para mitigar los efectos del síndrome. Conforme a los resultados expuestos, los cuales fueron obtenidos previa consulta realizada en: encuestas, entrevistas, observación directa y documentación oficial del ente regulador de los juzgados civiles, se comprobó que la percepción de los usuarios e incluso no usuarios del sistema judiciales es negativa frente a la calidad del servicio al cliente que ofrecen. Lo anterior mayormente por el incumplimiento frente a los tiempos de respuesta que otorgan los juzgados civiles y que pese a la implementación del plan de descongestión, la actual carga laboral es mayor a la capacidad instalada.

Cerezo (2015) en su tesis *Gestión administrativa y financiera y su incidencia en la atención al cliente de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones agencia el Empalme año 2012*; Ecuador; Una vez aplicada la encuesta a los diferentes usuarios que tiene la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, se pudo comprobar que las acciones emprendidas por las autoridades encargadas de la gestión administrativa y financiera de la entidad, contribuyen de manera directa con el buen servicio que se oferta. La Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, mantiene políticas, programas y estrategias empresariales para el desarrollo de las actividades cotidianas, lo que permite medir el nivel de cumplimiento de los objetivos organizacionales. La gestión financiera y administrativa que desarrolla la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, ha logrado en gran manera promover el desarrollo económico y financiero de la entidad a nivel macro. Por ello se propone lo siguiente: la administración deberá evaluar permanentemente el desempeño de cada funcionario que colabora en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, de tal manera que se mejore el servicio que se da a los usuarios que asisten a la empresa en busca de un servicio o requerimiento técnico; además, los directivos deben implementar un modelo estratégico organizacional que les permita medir el nivel de cumplimiento de los objetivos y políticas estratégicas propuestas, en beneficio del crecimiento sostenible y sustentable de la empresa; por otro lado, los encargados de la gestión financiera, deben establecer un modelo de seguimiento mensual del presupuesto de gastos y de ventas proyectado, con la finalidad de obtener resultados que maximicen las ganancias de este ente contable. La presente investigación se fundamenta en una metodología cuyo objetivo constituye la base de adquirir conocimientos permitiendo la

elección del método adecuado que nos permita conocer la realidad de la investigación; detallando las unidades de análisis o de investigación, las técnicas y procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo dicha información. Los resultados fueron que un 25,97 % usan telefonía fija, un 12,99 % utilizan telefonía móvil, un 25,97 % utilizan internet fijo, el 12,99 % de los abonados pertenecen al grupo de internet móvil mientras que el 22,08 % poseen televisión satelital. También el 60,00 % indicaron que SI son despejadas las dudas respecto a la información que se solicita, mientras que el 9,09 % indicaron que NO. De acuerdo a los resultados de la encuesta que con el 44,16 % una vez a la semana, un 38,96 % una vez al mes, y el 16,88 % todos los días. De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta el 97,40 % indicaron que son adecuados los horarios de atención al cliente, mientras que el 2,60 % indicaron que NO. De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede concluir lo siguiente: Una vez aplicada la encuesta a los diferentes usuarios que tiene la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, se pudo comprobar que las acciones emprendidas por las autoridades encargadas de la gestión administrativa y financiera de la entidad, contribuyen de manera directa con el buen servicio que se oferta. La Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, mantiene políticas, programas y estrategias empresariales para el desarrollo de las actividades cotidianas, lo que permite medir el nivel de cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Antecedentes nacionales

En este trabajo se entiende por antecedentes nacionales a todo trabajo de investigación realizado por cualquier investigador en cualquier ciudad del Perú, menos la región Ancash

– Provincias; sobre aspectos relacionados con nuestro objeto de estudio. Revisando los antecedentes se ha podido encontrar lo siguiente:

Ríos (2014) en su tesis *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes- del distrito de Huanchaco año 2014, Trujillo*. Tiene la siguiente metodología: El diseño que se utilizó en esta investigación fue no experimental- transversal descriptivo. Llego a los siguientes resultados. Resultados respecto a los representantes: El 65% está representado por el sexo masculino, el 35% tiene una edad promedio de 35 a 44 años, el 60% tienen estudios universitarios completos. Resultados respecto a las MYPES: El 50% cuentan con un promedio de 5 a 7 años en el mercado. Resultados respecto a la Gestión de calidad: El 85% de los representantes afirman que la gestión de la calidad es importante para la empresa, con lo cual el 90% de los representantes afirman que aumentaron su rentabilidad en los 2 últimos años. Llegando a las siguientes conclusiones: En cuanto a los gerentes de las MYPES; del estudio realizado se concluye que los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65% de los gerentes encuestados son de sexo masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cual se representa en un 60%. En cuanto a las principales características de las MYPES; el tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las MYPES son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. En cuanto a la gestión de

calidad; del estudio realizado se concluye que el 50% d los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco , afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención ; el 85% respondieron que la calidad es importante para la organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad, Se concluye que La mayoría de los representantes de las MYPES encuestadas del sector serviciorubro cevicherias del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013 son del género masculino, tienen una edad promedio de 45 a 50 años de edad y en su mayoría tienen estudios básicos como es la secundaria.

Pérez (2014) en su tesis *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC, Chiclayo periodo enero a setiembre 2011 y 2012*. En la actualidad las empresas para que logren obtener una identificación propia deben enfocarse en la calidad del servicio al cliente, con el cambio constante de la prestación de servicios y la innovación se tiene que lograr que los clientes se encuentren satisfechos, más aún si es un restaurante donde la calidad es un factor primordial en la empresa. Si en las organizaciones, todos estuvieran conscientes que la calidad es un progreso que de alguna manera asegura la permanencia en el mercado e incrementa las utilidades, puede lograrse que todos conviertan a esta en un estilo de vida, que conlleva en familiarizarse y conocer a los clientes en sus gustos, comodidades, preferencias y lo más importante poder obtener una opinión de ellos para lograr mejoras

continuas en la empresa. La empresa Restaurante Campestre SAC durante los periodos abarcados en la investigación decidió mejorar la calidad del servicio al cliente implementando una adecuada adquisición de los insumos, reestructurando su infraestructura y brindando un correcto servicio; con ello se demostró que la influencia de la calidad trajo consigo un incremento monetario en los resultados económicos y financieros de la empresa; de la investigación se obtuvieron los siguientes resultados: brindar a sus clientes un servicio moderado pudiendo mejorar la atención hacia los mismos, de la revisión se observa que la inversión fue dirigida a los ambientes del restaurante con la finalidad de mejorar el servicio; respecto a la evaluación financiera, los indicadores demuestran una estabilidad económica, la cual ha ido mejorando. Por último, se determinó que el restaurante viene brindando un buen servicio al cliente lo cual hizo posible que incrementara monetariamente sus ingresos logrando así seguir perfeccionándose. Se concluye que los resultados estudiados en la calidad del servicio revelan que la empresa ofrece un servicio bueno, atiende moderadamente las necesidades de sus clientes, sin embargo puede mejorar la prestación de su servicio para adelantarse a los requerimiento y así superar las expectativas del cliente, mientras la empresa ofrezca un mejor servicio los ingresos aumentarán mejorando sus resultados económicos.

Espinoza (2013) en su tesis *Caracterización de formalización y gestión de calidad de Comerciales rubro calzado (Piura), año 2013*. Establece como objetivo general: Identificar las principales ventajas de la formalización y el logro de la gestión de la calidad, de las MYPE comerciales rubro calzado (Piura), Año 2013”; La metodología es

de investigación fue cuantitativa-descriptiva, diseño de una investigación no experimental, muestreo no probabilístico por conveniencia. Los resultados fueron: El 56.67% manifestó que la buena atención SÍ determina la calidad del servicio. El 63.34% respondieron que SÍ creen que la empresa basa su crecimiento en las características del servicio que brinda. El 63.34% respondió que SÍ utiliza métodos para mejorar los procesos de autoevaluación y revisiones. El 70% están convencidos que una buena gestión de calidad SI genera el éxito en la empresa. El 83.34% comentaron que SÍ realizan mediciones de los procesos de la gestión de calidad para determinar que si se logran los objetivos planificados. El 86.67% comentaron que SÍ ha facilitado la promoción de objetivos para incrementar la conciencia, motivación y participación de los trabajadores. El 96.67% de los directivos contestaron que SÍ han utilizado métodos correctivos y preventivos para identificar áreas de mejora. Conclusiones: Los pequeños empresarios dan a conocer que el enfoque de una buena gestión de calidad basada en planificación les ha permitido alcanzar los objetivos programados, con este proceso de innovación emplearon ventajas competitivas de forma sistemática, las cuales facilitaron una rentabilidad mejorada para su empresa y por ende participan en la cadena productiva, contribuyendo asimismo con los indicadores económicos en la economía peruana.

Antecedentes regionales

En este trabajo se entiende por antecedentes regionales a todo trabajo de investigación realizado por cualquier investigador en cualquier ciudad de la región Ancash – Provincias, menos cualquier ciudad de la provincia de Santa, distrito de Chimbote; sobre aspectos

relacionados con nuestro objeto de estudio. Revisando los antecedentes se ha podido encontrar lo siguiente:

Salazar (2016) en su tesis *Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro de hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016*. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles de tres estrellas del Distrito de Huaraz; 2016. Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva cuantitativa y diseño transaccional. Para el recojo de información se identificó una población de 18 empleados, de los cuales se consideró una muestra de 95 empleados, de los cuales se hizo un cuestionario de 15 preguntas por medio de la encuesta, por lo cual se obtuvo los siguientes resultados: El 31,82% manifestaron que los conocimientos de los empleados son limitados para contestar las preguntas de los clientes, 27,3% expresaron que regularmente el personal es capaz de escuchar y responder acertadamente a las opiniones de los clientes y el 38% indicaron que muy pocas veces el personal del hotel culmina el servicio en el tiempo prometido. Finalmente se concluye que en los hoteles del distrito de Huaraz existe deficiencia sobre la capacitación en atención al cliente por consiguiente existe un grupo de clientes insatisfechos con la atención brindada, mientras la otra parte optan por retirarse del establecimiento sin adquirir servicio.

Gamarra (2016) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarmey, 2016*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarmey, 2016, la metodología: El diseño de la investigación que se utilizó fue no experimental – transversal- descriptivo y se obtuvieron los siguientes resultados. El 55% de los empresarios tienen entre 31 a 50 años. El 67% de los empresarios son de género masculino. El 61% d tienen grado de instrucción secundaria. El 50% de las Micro y Pequeñas Empresas d tienen de 8 años a más. El 61% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias. El 83% de ellas tiene de 0 a 4 trabajadores. El 72% afirman que si conocen el termino gestión de calidad. El 72% de las ferreterías si utilizan la gestión de calidad. El 50% afirman que el objetivo por el cual utilizan la Gestión de Calidad es para tener oportunidad de crecimiento. El 28% señalan que las Funciones Administrativas que utilizan son la Planificación. El 72% que no hacen uso de las TIC. Se concluye que, La mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarmey, sus edades oscilan entre los 31 a 50 años, son de sexo masculino y tienen grado de instrucción secundaria. La totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas son formales, la mitad tienen una permanencia de 8 a más años en el rubro, la mayoría están constituidas como persona natural, se crearon con la finalidad de generar ganancia y cuentan con 0 a 4 trabajadores.

La mayoría de los empresarios de las Mype del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarmey, conocen muy bien lo que es el término de Gestión de Calidad es por ello que, si lo utilizan, la mitad lo utilizan con el objetivo de tener oportunidad de crecimiento, la mayoría de los empresarios si conocen las funciones administrativas por eso las que más utilizan son la planificación y el control. La mitad de los empresarios respondieron que el clima organizacional dentro de su empresa es agradable, la mayoría dicen que el nivel de servicio que prestan es la prontitud en la atención, la mayoría de los dueños de las ferreterías de la Ciudad de Huarmey aún no utilizan las TIC, es por ello que no hacen ningún uso en el ámbito administrativo, ni internamente, ni externamente.

Huallpahuaque (2015) en su tesis *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014*. Su metodología: Se aplicó un diseño de investigación No Experimental-Transversal-Descriptiva, Llego a los siguientes resultados: El 51,5% de empresarios de las Mypes encuestados son de sexo femenino. El 33.3% de los empresarios encuestados manifiestan que sus edades oscilan entre 36 – 45 años y cuentan con estudios superiores universitarios. El 52,4% de las Mypes encuestadas señalan que no aplican una mejora continua en el proceso de elaboración de alimentos. El 36,4% de las Mypes encuestadas indican que no es necesario establecer objetivos y estrategias para lograr un buen resultado. El 38,1% de las Mypes encuestadas afirman que son indiferentes en hacer un seguimiento detallado de los problemas que se generan en el proceso de preparación de alimentos. El 42,9% de las Mypes encuestadas afirman que no identifican las causas que se puede presentar en la empresa que generan problemas en el

proceso de preparación de alimentos. El 47,6% de las Mypes encuestadas indican que una manera informal sobre cómo proceder en el proceso de preparación de alimentos. El 33,3% de micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que no es necesario realizar cambios para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos, y que es irrelevante proporcionar información sobre el proceso de preparación de alimentos. El 42,9% de las Mypes encuestadas manifiestan que no es necesario evaluar los resultados del proceso de preparación de alimentos ya que sus empleados conocen lo suficiente del mismo. Se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas adultas ya que sus edades oscilan 36 a 45 años, y son mujeres con un grado de instrucción superior universitario. En la mayoría de las Mypes no hay conocimientos de la gestión de calidad, ya que omiten procesos importantes dentro de su Mypes como establecer sus objetivos, no hacer seguimiento a los procesos de preparación de sus alimentos y no miden sus resultados, no aplica la mejora continua, y se resisten al cambio.

Antecedentes locales

En este trabajo se entiende por antecedentes locales a todo trabajo de investigación realizado por cualquier investigador en la provincia del santa, distrito de Chimbote; sobre aspectos relacionados con nuestro objeto de estudio. Revisando los antecedentes se ha podido encontrar lo siguiente:

Risco (2016) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad en las Mypes del sector servicio - rubro cevicheras del P.J. Miraflores bajo de la ciudad de Chimbote, año 2013*; llegó a los siguientes resultados. Resultados respecto a los representantes: El 77.8% de los representantes son hombres, el 44.4% tiene una edad promedio de 45 a 50 años, El 44.4% tienen estudios básicos Resultados respecto a las MYPES: El 50% cuenta con un promedio de 1 a 10 trabajadores, mientras que un 16.7% cuentan con un promedio de 1 a 15 trabajadores, el 72.2% tiene más de 5 años en el negocio. Resultados respecto a la Gestión de calidad: El 61.1% desconoce de las técnicas de gestión empresarial, el 55.6% conoce técnicas de mejora continua, El 83.3 % sigue un n de negocios estratégico, mientras que el 16.67% desconoce del plan estratégico. Llegando a las siguientes conclusiones: En cuanto a los gerentes de las MYPES; La mayoría de los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio rubro cubicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013 son del género masculino, tienen una edad promedio de 45 a 50 años de edad y en su mayoría tienen estudios básicos como es la secundaria. En cuanto a las principales características de las MYPES; La mayoría de los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio, rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote 2013, tienen de 1 a 10 trabajadores, con un tiempo de actividad empresarial de 5 años a mas, desconociendo sobre técnicas de gestión empresarial, en la cual solo se reconoció la técnica de mejora continua para su negocio, presentándose ante sus trabajadores como jefes, por consiguiente los representaste afirman en su mayoría que siguen un plan estratégico para aumentar su rentabilidad, dando a entender la mayoría de representantes que el plato de mayor acogida es el ceviche y que los días de mayor concurrencia son los fines de semana. En cuanto a la gestión de calidad; La mayoría de

los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio rubro cubicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. Mantienen los estándares de calidad en su empresa, lo cual en su mayoría perciben que aplicar una gestión de calidad en su empresa le proporciona resultados que le ayudan a lograr sus objetivos, obteniendo como resultado clientes satisfechos, los representantes afirmaron en su mayoría que el área que ha desarrollado más su tiempo gerencial es el área de RR.HH. siendo el motor de empuje para su óptimo funcionamiento.

Rubio (2016) en su tesis *La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016*; el motivo de esta investigación se generó por saber cómo es la calidad de atención en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. para mejorar el servicio y ser una empresa competitiva. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre Gestión de Calidad y los Factores Demográficos en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C., Chimbote, 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó una investigación de nivel relacional, con un enfoque cuantitativo. Para la recolección se trabajó con unas muestras de 185 pacientes atendidos en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C., durante los meses de julio, agosto y setiembre del presente año, a quienes se les aplicó dos cuestionarios uno referente a los factores demográficos más las expectativas que tiene el paciente, y el segundo referente a la percepción de la atención recibida, la técnica utilizada fue la encuesta; de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: la mayoría de los pacientes son de sexo masculino (63.8%); el 43.2% registran una edad de 37 a 50 años; más de la mitad (53.5%) indica tener estudio superior universitario; la

mayoría de ellos (67%) son trabajadores; el 62.2% son casados y más de la tercera parte (33.4%) indican tener un ingreso mensual mayor a 4000 soles; el 53.5% de los pacientes atendidos indican estar insatisfechos con el servicio recibido. Las dimensiones de la Calidad de atención que muestran o presentan mayor satisfacción son: Aspectos tangibles (66.5%) y capacidad de respuesta (60%), y las dimensiones que presentan mayor insatisfacción son: Fiabilidad (56.8%) y Seguridad (56.8%). Entre la variable Calidad de atención y los factores sexo, edad, grado de instrucción, ocupación, estado civil e ingreso mensual familiar del paciente existe una relación altamente significativa. Se concluye: Para la variable factores demográficos tenemos: que la mayoría de clientes son de sexo masculino (63.8%); el 43.2% registran una edad de 37 a 50 años; más de la mitad (53.5%) indica tener estudio superior universitario; la mayoría de los clientes (67%) son trabajadores; el 62.2% son casados y más de la tercera parte (33.4%) de los clientes indican tener un ingreso mensual mayor a 4000 soles. Para la variable Calidad de atención que percibe el cliente que es atendido en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. es considerado como insatisfactorio (53.5%). Las dimensiones de la Calidad de atención que muestran o presentan mayor satisfacción son: Aspectos tangibles (66.5%) y capacidad de respuesta (60%), y las dimensiones que presentan mayor insatisfacción son: Fiabilidad (56.8%), Seguridad (56.8%) y Empatía (56.2%). Finalmente con respecto a las pruebas de hipótesis tenemos que: la Percepción de la calidad de servicio de atención y los factores demográficos sexo, edad, grado de instrucción, ocupación, estado civil e ingreso mensual familiar del cliente existe una relación altamente significativa

Beltrán (2014) en su tesis *Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las Mypes del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014*; Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo. Llegó a los siguientes resultados. Resultados respecto a los representantes: El 50,0% de los encuestados en las Mypes de panaderías son adultos, el 62,5% es de sexo masculino y el 37,5% de los propietarios tiene grado de instrucción secundario. Resultados respecto a las MYPES: el 56,3% de las Mypes trabajan informalmente, a la vez que el 50,0% de Mypes encuestadas tienen entre 0 a 5 años en el rubro. Resultados respecto a la Gestión de calidad: El 56,3% de las Mypes panaderas encuestadas señaló que no implementan sistemas o técnicas para mejorar la rentabilidad de sus productos o servicios, de las Mypes que implementaron sistemas o técnicas en gestión de calidad el 56,3% manifestó que utilizaron la técnica de la mejora continua, Asimismo el 87,5% de las Mypes encuestadas consideró importante utilizar hoy en día sistemas o técnicas de calidad en las empresas. Llegando a las siguientes conclusiones: En cuanto a los gerentes de las MYPES; La mayoría relativa de los representantes legales de las Mypes son personas adultas, ya que sus edades oscilan entre 31 y 50 años; son de género masculino y tienen un grado de instrucción secundaria. En cuanto a las principales características de las MYPES; La mayoría relativa los representantes legales de las Mypes tienen de 0 a 5 años en la actividad empresarial. La mayoría de los representantes legales de las Mypes encuestados

Luna (2013) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio–rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*;

La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013. La investigación se ha desarrollado utilizando un diseño no experimental descriptivo, transversal y cuantitativo en una muestra dirigida a 23 micros y pequeñas empresas en una población de 90, quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas aplicando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 60,9% son de sexo masculino. El 52,2% tiene entre 18 y 30 años de edad. El 47,8% tiene un grado instrucción universitaria. El 43,5% tiene 3 años en actividad. El 65,2% cuenta con una capacidad entre 1 a 5 trabajadores. El 69,6% tienen formalizado sus Mypes. El 65,2% mantienen a sus trabajadores de manera informal. El 100% no cuenta estándares de calidad ISO. El 60,9% aplica una gestión de calidad. El 56,6% utiliza la mejora continua como una técnica de gestión. El 47,8% se considera como dueño ante sus trabajadores. El 78,3% realiza capacitación orientada al servicio. El 39,1% considera el precio es su prioridad ante sus proveedores. Finalmente podemos concluir que la totalidad de los representantes de las Mypes del sector servicios- rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013, la mayoría son de género masculino, tiene la edad entre 18 a 30 años con estudios universitarios y 3 años en actividad. La mayoría de las Mypes esta formalizado, pero la minoría de trabajadores laboran de formal, la totalidad de las Mypes desconocen sobre estándares de calidad y ponen en práctica una gestión de calidad de manera inadecuada que carece de todo un plan estratégico administrativo y operativo, lo que los vuelve vulnerables en este mercado competitivo.

Suguei (2013) en su tesis *Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes parrillas, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013*; La investigación se ha desarrollado utilizando un diseño no experimental descriptivo, transversal y cuantitativo, llego a los siguientes resultados, el 57% de los representantes tienen la edad entre 30 a 50 años, el 57% de los representantes son del sexo femenino, el 43% tienen de 6 a 10 empleados, el 57% en las micro y pequeñas empresas tienen de 6 a más años de antigüedad, el 71% expresan que su personal que labora en la empresa es competitivo, el 57% afirman que si es importante la motivación de los empleados para que la empresa sea exitosa, el 71% afirman que si capacitan a sus empleados para un mejoramiento continuo, el 71% expresan que si han incrementado personal en los 2 últimos años, el 57% expresan que si han innovado o creado un nuevo producto, el 100% afirman que se preocupan por brindar una buena satisfacción al cliente, el 71% expresan que si se adecuan a los factores externos cambiantes, el 57% expresa que planifica sus actividades, el 100% afirman que trabajan con un certificado de calidad, se concluye que, en su totalidad, las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector servicio – rubro restaurantes parrilla, casco urbano del distrito de Chimbote se preocupa en brindar una buena satisfacción al cliente, así también trabajan con un certificado de calidad. A sí mismo la mayoría, de su personal es competitivo; capacitan y motivan a sus empleados para que su empresa sea exitosa, en los 2 últimos años han incrementado su personal, innovan su producto, adecuándose a los factores externos cambiantes y afirman que planifican sus actividades para ser una empresa competente.

2.2. Bases teóricas de la Investigación:

Micro y pequeñas empresas:

Ley 28015 (2003) Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”, define como micro y pequeña empresa a la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

En los últimos 5 años las Micro y pequeñas empresas, se han establecido como el sustento inicial para la comunidad.

Ley 30056 (2013) en su artículo 5 nos menciona que las Micro, medianas y pequeñas empresas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias.

Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT (Artículo 5).

Esta ley promueve un cambio de mejora, para que las micro y pequeñas empresas puedan crecer, debido al tipo de compañía, ya sea por su cifra de operarios o su

número de sus ventas, por consiguiente las empresas soliciten contratar más personas que a las 10 que antes estaban limitadas.

Promoción de las Mypes – lineamientos:

Ley 28015 (2003) el artículo 5 menciona el acto del estado está conforme con las Mypes por subsecuente lineamientos:

- a) Debido al desarrollo de cuestionario y herramientas, promueve la fundación tanto como el crecimiento y competencia en el ámbito de las Mypes, esto sea reflejado a breve y extenso periodo favoreciendo estabilidad financiera y comunitaria de un país.
- b) Respectivamente en el alma decidida e incluso crear de una determinada ciudad, involucrando una iniciativa para así generar una inversión privada conjuntamente con el apoyo de las Mypes.
- c) Contiene la actividad e interacción por medio de la preparación de la acción ahorrativa como organizar.
- d) Dar a conocer la averiguación y padrón que tiene el gobierno, la cual gestiona de forma estatal o íntima, representando esto un componente, enfrentamiento e inteligencia de la situación de Mypes.
- e) Anticipa los medios de la generación, sufragar y concertación de Mypes, la cual están planificadas a través de asociaciones, agregado o entidad.

- f) Respalda la entrada, en circunstancias de igualdad de clase ya sea de varones y damas que son dirigidas a través de las Mypes, ya sea una ocasión que dan los proyectos de generación, concretar y aumento.
- g) Fomenta la colaboración de personas encargadas del movimiento de Mypes, En la creación de astucia y herramientas, su objetivo es unir los utensilios y hechos en las zonas regionales, locales o en series beneficiosas y equilibradas.
- h) Anticipa y avala la entrada de las Mypes a dispositivos competentes de defensa de los derechos de la vivienda
- i) Suscita la prestación empresariales de las universidades, mediante aliciente en diferentes fases del plan de financiación

Aspilcueta (2014) mediante las Mypes brinda trabajo a más del 80% de la comunidad ahorrativa eficaz y producen el 45 % del producto bruto interno (PBI). Asimismo, forman el primer motor de crecimiento del Perú, su valor se da en que:

- Proveen numerosos lugares de labores.
- Minimizan la pobreza mediante actividades que generan ingresos.
- Motivan el alma trabajadora y de igual forma el temple surgidor de la comunidad.
- Es fundamental para el avance del área privada

Como se tiene entendido, las Mypes actualmente están en un factor considerado para la parquedad perulero y se mantengan dentro del ámbito, según el pequeño empresario debe

poseer una facultad de manejar una Mypes, para lograr obtener mayores ingresos y por ende generar empleos para la población en la cual se encuentra.

Pérez y Merino (2013) Manifiestan que el término de Gestión es la labor y el resultado de administrar recursos, ya sea dentro de una entidad pública o privada, con la finalidad de destacar deseos establecidos. Por lo tanto, el o las personas que laboran dentro de estas entidades deben dirigir de manera idónea. Para obtener mejores resultados.

En cuanto a gestión, se refiere al conjunto de gestiones que ejercen un propósito y se encargan de determinar y dar solución a proyectos de manera concreta. Se entiende como gestión al significado de administrar una entidad lucrativa.

Pese a tener una mejor gestión, siempre es primordial el trabajo en forma conjunta, esto en las Mypes, es una tarea fácil de realizar, puesto que si existe un ámbito de trabajo adecuado se puede contribuir de manera positiva y lograr el beneficio eficaz de una empresa.

Norma ISO 9000 nos indica que la condición es el nivel que cumplen con los requisitos establecidos, y estos puedan cumplir de manera satisfactoria las obligaciones y necesidades del cliente.

Cuatrecasas (2012) precisa a la calidad como un conjunto de todas las particularidades que posee un artículo o prestación de servicio, que se obtiene de manera productiva. Además de ello, manifiesta que la condición sea apropiada con la necesidad del cliente, es decir, el producto deberá estar ajustadas a las expectativas.

Así mismo se entiende por calidad al cambio que sucede durante un periodo de tiempo, desde un pequeño control o inspección, hasta lograr su transformación en uno de los pilares más grandes de estrategia global de una empresa.

ISO 9000, la Gestión de Calidad son acciones que están debidamente arregladas que deben guiar y chequear una organización y/o empresa en lo que a calidad se refiere.

Cuatrecasas (2012) nos menciona en su libro organización de producción y dirección de operaciones, que el ámbito de Gestión de la Calidad total, interfiere en muchos departamentos de una empresa, la cual involucra todo el recurso humano y el cual está liderado por la alta dirección. Asimismo, la calidad se usa por medio de la planificación y el tipo de diseño que tienen los productos y servicios, la cual da origen a un nuevo concepto de cómo gestionar una empresa. Es decir determina que la calidad es un costo por lo tanto permite reducir o aumentar los beneficios de ello.

Ortiz (2011) define sobre estos sistemas de gestión de calidad como normas estandarizadas que buscan relacionarse entre sí y que hacen cumplir con los requisitos de calidad de la organización solicita para poder satisfacer a sus clientes, mediante una mejora continua, la cual deberá ser de manera ordenada y sistemática.

Norma ISO 9000 define de los principales principios de gestión de la calidad, en la cual se han podido identificar ocho principios, los cuales la alta dirección utiliza, con la única finalidad a la entidad hacia altos índices de progreso en el desempeño.

Enfoque al cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.

Liderazgo: Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

Participación del personal: El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización, y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

Enfoque basado en procesos: Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

Enfoque de sistema para la gestión: Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

Mejora continua: La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.

Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Estos ocho principios de gestión de la calidad constituyen la base de las normas ISO 9000.

Serna (2006) define sobre la teoría del servicio del cliente lo cual es una de las herramientas importantes de la Gestión al servicio al cliente, de acuerdo con el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

Los microempresarios, deben poner todo su esfuerzo en mejorar su servicio al cliente, ya que su objetivo es el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, logrando así, mejorar el valor de la empresa en la sociedad.

El tener una buena atención con el cliente, engloba actividades de la empresa, las cuales se gestionan con los clientes. Por tanto, sea cual consumidor debe cumplir dos objetivos:

La primera es la relación para solicitar con sus compradores como el estudio de la conducta y así hallar el sitio que necesita mejorar.

La segunda es el cuidado de peticiones que hacen los usuarios y buscar el término de no cumplir en cada caso.

Tarodo (2014) define ciertos elementos, para elaborar una buena atención al cliente, siendo esto el:

Entorno: Es aquel que está formado por todos los elementos físicos y elementos accesorios para su puesta en funcionamiento. La opinión que tienen los clientes es muy importante si se quiere que tenga una buena sensación de la empresa y eso es posible si el entorno es aceptable. Por ejemplo: Un edificio sería un elemento físico y su ambiente sería un elemento accesorio.

Organización: Es aquella que está formada por todos los elementos inmateriales o intangibles que se utiliza para despachar y satisfacer a los clientes. Por ejemplo: en una empresa, uno de los elementos de la organización más importantes es el departamento de atención al cliente.

Empleados: Son aquellas personas que forman parte de la empresa y que son muy necesarias para relacionarse con los clientes. La imagen de la empresa dependerá de la imagen que los clientes tengan de los empleados de la empresa.

Tarodo (2014) define las fases que se debe tener en cuenta, respectivamente a la atención al cliente, siendo estas las siguientes:

Acogida: Consiste en acoger al cliente en la empresa. Para ellos, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

La imagen de la empresa es fundamental para que el cliente tenga una buena acogida.

El trato del cliente debe ser el adecuado, lo que implica que debemos ser correctos, simpáticos, amables, etc.

El cliente debe estar cómodo hasta que sea atendido por la persona correspondiente. Por tanto, la empresa debe informar previamente de los aspectos que le hacen al cliente estar más cómodos.

Seguimiento: Es aguardar que el cliente debe realizar hasta poder ser atendido por el individuo que lo atenderá. Por ello, se deberá tener en cuenta ciertos aspectos:

Cuando el cliente se encuentra en la espera de ser atendido, la persona encargada de atenderlo deberá de orientarlo de quien lo servirá, de acuerdo a la duración tendrá que ser paciente y la causa del porque debe estar para ser atendido por la persona responsable.

Cuando la espera sea muy larga, el encargado de atenderlo deberá dialogar con el cliente de rato en rato y consultarle si requiere algo más, en cual pueda ayudarlo.

Gestión: Se fundamenta en poder servir a las necesidades del cliente. Es decir, es aquel encuentro entre el cliente y la persona que está encargada de atenderlo.

Para lograr atender la necesidad de un cliente, el encargado de atenderlo deberá resolver y gestionar todas sus dudas, dándole una atención personalizada, siempre teniendo en cuenta escuchar lo que necesita.

Despedida: La persona encargada de atender al cliente, deberá terminar la conversación de una manera acertada y haber resuelto todas sus dudas, con la finalidad de que el cliente se encuentre satisfecho.

Martínez (s.f) define ciertas características sobre los clientes, con la intención de darle un buen trato a cada cliente:

- Son las personas más importantes que debe conservar la empresa.
- El cliente no dependerá nunca del trabajador, sino el trabajador quien dependerá del cliente.
- Un cliente nunca obstaculizara su trabajo.

- Un cliente no está haciéndole ningún favor, sino que el trabajador tiene la obligación de atenderlo.
- Los clientes son quienes buscan satisfacer las necesidades y deseos, los cuales deben ser atendidos.
- Cada cliente debe ser tratado con amabilidad y cortesía.

En muchas ocasiones, los microempresarios dedican todo su tiempo en reclutar más clientes, pero descuidan que tienen clientes actuales, puesto quienes verdaderamente logran sustentar el crecimiento de la empresa, ya que sin ellos la empresa no tendría sentido.

Soto (s.f) define los tipos de clientes que existen, siendo estos los siguientes:

Cliente actual: Son clientes que actúan frente a la empresa, realizando conforme a sus compras.

Cliente potencial: Son clientes y/o empresas que no buscan realizar compras por un determinado tiempo, pero son posibles clientes en tener una relación a futuro.

Generar un importante emprendimiento en los microempresarios para conocer más de cerca a sus clientes potenciales, para así generar estrategias captando sus compras, con la finalidad de incursionar y lograr extenderse en su rubro. Asimismo, se deberá tener en cuenta siempre a los clientes actuales, en la cual se deberá buscar su fidelización mediante estrategias de fidelización.

Yamakawa (2013) define las reglas de atención al cliente:

- Dar la bienvenida al cliente, mediante el saludo.
- Siempre mantener una sonrisa amistosa y ser agradable con el cliente
- Siempre el trabajador deberá identificarse con el cliente.
- Frente al cliente se deberá realizar preguntas sencillas para identificar sus necesidades.
- Se deberá tener un lenguaje corporal preciso, en la cual muestre respeto al cliente.
- Se deberá tener en cuenta y saber identificar en qué momento se tratara de tú o de usted al cliente, pero al inicio de la presentación siempre será de usted.

Las reglas manifestadas líneas arriba, permitirán a las Mypes, a tener apoyo sobre los procesos de cortesía y asistencia en la cual brindan al cliente, con la finalidad de mejorar continuamente. Asimismo, el microempresario podrá observar si existen deficiencias o no al momento de atender al cliente por parte de sus trabajadores. Para posteriormente pueda capacitarlos de manera adecuada y mejore la atención.

Fernández (2014) define cinco estrategias que permitirán fidelizar a los clientes, estas son:

Programa de fidelización para aquellos clientes le gusta que le recompensen por realizar una compra y sin duda, el programa de puntos, es una de las estrategias para fidelizar a tus clientes que mejor funcionan.

Si tus márgenes de venta frente como regalo o una sorpresa, estarás de suerte, ya que esta taticas son infalible para que el cliente repita en la compra. Es lógico que funcione esta táctica, de este modo sorprenderás con un regalo

inesperado, haciendo que su respuesta sea positiva, y te devuelva el agradecimiento realizando para su próxima compra.

Finalmente se debe armar enlaces generales. Las diferentes redes sociales ofrecen mejor forma para armar estrechas relaciones que pueden permanecer con nuestros clientes, y esto llevara a conocer clientes nuevos.

Otro punto es ofrecer descuentos. Se deberá tener en cuenta para esta estrategia un análisis de los márgenes de la empresa, si es factible o no realizarlas. Esta estrategia, es sencilla en particular porque consiste en ofrecer y/o realizar descuentos como ofertas a clientes fieles, con la finalidad de que realicen otra compra y se valla con una perspectiva positiva.

El microempresario, siempre deberá tener en consideración estas estrategias, para que el cliente no tome la decisión de irse para la competencia, para ello se deberá conocer bien al cliente y plantear una estrategia distinta para cada uno de ellos, con la finalidad de fidelizarlos y se vuelvan promotores de nuestra entidad, por ende maximizar nuestras utilidades.

2.3. Marco conceptual:

Definición Pollería: Es un establecimiento como puesto que ofrece a sus clientes un servicio alimenticio de venta de pollos comestibles. Una pollería en otras palabras es un lugar público, en la cual aporta cualquier persona puede acceder a él, siendo este un servicio de sustentación que se les brinda a los individuos a cambio de dinero.

Las Mypes del rubro pollerías y la gestión de calidad en atención al cliente Son muchas

pollerías ubicadas en la ciudad de Chimbote, debido a la demanda que día a día crece; observando que estas funcionan con un personal poco calificado, empezando por los dueños del negocio que suelen tener solamente estudios básicos, y no están aptos para dirigir un negocio, sin embargo están ocupando al mismo tiempo de las funciones administrativas y operativas. Esto conlleva a falta de un orden y una estructura dentro de la empresa, pues cuentan con un organigrama lineal, donde todos hacen lo mismo, y muchas veces lo hacen mal, porque cada colaborador debe estar capacitado para cumplir una función y especializarse en ello. Se cree que esto se debe a los recursos limitados con los que cuenta la empresa, tanto conocimiento como monetario. En una pollería se debe tener mucho cuidado, puesto que es un negocio donde no solo se ofrece la comida en buen estado sino, la imagen de los empleados ante el cliente, muchos de las pollerías no se molestan en seleccionar un buen personal, sino que sus propios familiares son los encargados de la atención al cliente, generando una improvisada gestión al momento de la atención, donde los perjudicados son los clientes que no vuelven más al establecimiento, tal vez porque no fueron amables con ellos, demoraron mucho en atenderlos, no supieron manejar algún reclamo, etc.; todo esto como consecuencia de la incorrecta toma de decisiones del dueño.

Gestión de Calidad: Es la unidad operativa de una organización, que le permita optimizar sus procesos dentro de la empresa. Teniendo como objetivo basándose en la información como la maquinaria y demás recursos, con la finalidad de que los consumidores estén satisfechos con los productos y/o servicios que adquieren de nosotros. Es calificada como sistema de gestión de la calidad, es decir, son una agrupación de normas propias de una entidad, las cuales están vinculadas entre si y a partir de estos la empresa podrá

direccionar, gestionar y dirigir en una forma ordenada de la misma. Teniendo en cuenta que haya innovación constante de la empresa u organización, en lo que a calidad se refiere.

Estándares de calidad: Cada empresa para garantizar de manera óptima la satisfacción de cada requerimiento de sus clientes, deberá tener un sistema de gestión. Por ello, en el ámbito existen una diversidad de estándares de gestión de calidad, los cuales son explicado por ciertos organismos normalizadores, tales como el ISO, EN o DIN. Siendo una de las normas más populares en lo que respecta a estándares de calidad es la norma ISO 9001. También el servicio al cliente es un numero de ideas que una empresa u organización crea para poder enmendar mejor las necesidades y expectativas de sus clientes, frente a sus competidores. Es importante mencionar que la asistencia de atención al cliente es muy necesario para el aumento y crecimiento de la entidad.

Servicio al cliente – Características: Las características más habituales son las posteriores:

1. Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
2. Es Perecedero, se produce y consume instantáneamente.
3. Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
4. Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
5. Cumplir con la oferta del servicio que se ha prometido al cliente.
6. Para una satisfacción plena del cliente es necesario poner énfasis en atenderlo.
7. El plus que se le otorga al producto, es el valor agregado que se le da al bien o servicio para su compra.

Evolución del servicios al cliente: El servicio al cliente estaba conceptualizado como la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, involucrando dentro de este concepto a la amabilidad y atención. Actualmente, se tiene un nuevo concepto de servicio, en la cual se conceptualiza como un conjunto de estrategias empresariales, las cuales están orientadas a las necesidades y expectativas anticipadas del valor agregado de los clientes. Por otro lado también se busca asegurar la lealtad, fidelidad y permanencia de los clientes actuales y la atracción de nuevos clientes, mediante una atención superior a la de los competidores. Asimismo es necesario precisar que el establecer una relación a largo plazo y de servicio integral con los clientes, en lo que respecta a la satisfacción de sus necesidades, permitirá que el cliente sienta un entorno de servicio tales como el tiempo, oportunidad, atención y amabilidad dentro de la empresa.

Concepto Mypes: La Mypes es una unidad económica que está constituida por una persona natural o jurídica, bajo una diversa forma de organización o gestión empresarial, la cual está contemplada en la legislación vigente. Asimismo, dicha entidad está facultada para desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Formalización de las Mypes y su constitución: Actualmente el estado peruano fomenta la formalización de las Mypes, por medio de diversos procedimientos que ciertas entidades fiscalizadoras realizan, es decir, registran, supervisan, inspeccionan y verifican que las Mypes se formalicen legalmente. Asimismo es necesario aclarar que las Mypes que se constituyan como persona jurídica deberán ser mediante una escritura pública. De igual modo también puede ser constituida y conducida por una persona individual, adoptando

la forma de empresa individual de responsabilidad limitada u otras formas de sociedad que están previstas por la ley.

Importancia de las Mypes en la economía: Las Mypes en la economía peruana han alcanzado un rol muy importante, puesto que encontramos al 98% de las empresas. Asimismo, estas entidades aportan el 42% de PBI y dando empleo a casi el 80% de la población económicamente activa. Las Mypes son el sector más importante para el país, puesto que genera ingresos a la población y son considerados como el motor generador de descentralización, ya que gracias a su gran flexibilidad se adapta a diversos tipos de mercado.

Las Mypes en el Perú y su crecimiento: El futuro de las Mypes es muy incierto, puesto que el 90% de ellas tiene una baja productividad, en otras palabras se mantiene autónomo y esto hace que la empresa tenga un escaso potencial de crecimiento, debiéndose a los siguientes factores:

Los empresarios de hoy en día solamente buscan reducir costos y aumentar sus ganancias. Recurriendo a la mano de obra barata, es decir, emplean sub contrataciones, donde emplean a personal con bajo sueldo y con largas jornadas de trabajo, sin goce de beneficios que les corresponde por ley.

Por otro lado, la competencia hace que se detenga el crecimiento de la MYPE en el Perú, debido que los empresarios recurren a la compra de productos importados como de mejor calidad hechos en el extranjero y dándole poca importancia al producto peruano. Además de la falta de apoyo por parte del sistema bancario, puesto que los empresarios no se

arriesgan a solicitar un préstamo grande para la expansión de su negocio, debido a las altas tasas de interés que las entidades bancarias tienen.

Una solución factible para lograr que las Mypes tengan un futuro esplendido, sería lograr que los microempresarios informales tomen conciencia que la formalidad trae consigo una serie de beneficios para ellos y para el país. Además de que la formalización de sus empresas permitirá retos de competitividad, productividad y ampliación del mercado. Por ello el estado peruano debe tomar el papel protagónico en el crecimiento del país, mediante la formalización de las MYPE.

III. Hipótesis:

En la presente investigación *GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO - POLLERIAS, CASCO URBANO DE CHIMBOTE, AÑO 2018*

No se formula hipótesis por ser una investigación de tipo descriptivo.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de investigación aplicado fue no experimental - transversal - descriptivo.

Fue no experimental, porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías, casco urbano de Chimbote, año 2018, tal como se encuentran dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal, porque el estudio Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios - Rubro Pollerías, Casco Urbano Chimbote, año 2018, se realizó en un espacio de tiempo determinado, el cual tiene un inicio y un final. Es decir, la recolección de datos se efectuó en un solo momento, en un tiempo único.

Fue Descriptivo, porque describe las características más relevantes Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios - Rubro Pollerías, Casco Urbano Chimbote, año 2018.



Dónde:

M = Muestra conformada por las MYPES encuestadas del Sector Servicio,

Rubro Pollerías / Gestión de Calidad de atención al Cliente del Distrito de Chimbote.

O = Observación de las variables: Gestión de Calidad y atención al Cliente.

4.2. Población y muestra:

Se utilizó una población de 15 micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías, del Distrito de Chimbote, año 2018.

Según Wigodski (2011), una población es:

El conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio (p.18).

Por otro lado, Durand (2014), considera que una población es: “El Conjunto Total de individuos, objetos o eventos que tienen la misma característica y sobre el que estamos interesados en obtener conclusiones” (p.25).

Se utilizó una muestra de 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del Distrito de Chimbote, año 2018.

4.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los Representantes	Personas naturales o jurídica que representa o asume la responsabilidad de la micro y pequeña empresa.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> • 18 - 30 • 31 - 50 • 51 - a mas años 	Razón
		Género	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino 	Nominal
		Grado de Instrucción	<ul style="list-style-type: none"> • Sin instrucción • Primaria • Secundaria • Superior no universitaria • Superior universitaria 	Ordinal
		Cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Dueño • Administrador 	Nominal
		Tiempo en el cargo	<ul style="list-style-type: none"> • 0 – 5 años • 5 – 10 años • 10 – a mas años 	Razón

Fuente: Elaboración del autor

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Las Micro y pequeñas empresas	Es la unidad económica por una persona natural y jurídica, en cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente.	Permanencia	<ul style="list-style-type: none"> • 0 - 5 años • 5 - 10 años • 10 – a más años 	Razón
		Número de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • 1 - 6 años • 6 - 11 años • 11 – a más años 	Razón
		Los trabajadores son	<ul style="list-style-type: none"> • Familiares. • No familiares. 	Nominal
		Objetivos de creación	<ul style="list-style-type: none"> • Generar ganancias. • Subsistencia. 	Nominal

Fuente: Elaboración del autor

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad	<p>La Gestión de Calidad permite mejorar el proceso de toma de decisiones para el crecimiento y desarrollo de la empresa.</p> <p>Permitiendo obtener un servicio mejorado y estandarizado.</p>	Conocer el termino gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Técnicas modernas de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Benchmarking • Empowerment • Las 5 s • Atención al cliente • Otros 	Nominal
		Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Poca iniciativa • Aprendizaje lento • No se adapta a los cambios • Desconocimiento del puesto 	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • La evaluación • Escala puntuaciones • Evaluación 360° 	Nominal
		Gestión de calidad contribuye al negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Gestión de calidad ayuda a la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No • A veces 	Nominal

Fuente: Elaboración del autor

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Atención al cliente	La Atención al Cliente es aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, una buena atención al cliente es indispensable para la fidelización de los Clientes.	Conocer el termino atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No • Tengo cierto conocimiento. 	Nominal
		Calidad de atención	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No • Tengo cierto conocimiento. 	Nominal
		La atención es fundamental	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Herramientas para un servicio de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Confianza • Retroalimentación • Ninguno 	Nominal
		Factores para el servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada • Rapidez en la entrega de los productos • Las instalaciones • Ninguna 	Nominal
		Calidad de atención	<ul style="list-style-type: none"> • Buena • Regular • Malo 	Nominal
		Dificultades en atención	<ul style="list-style-type: none"> • No tiene suficiente personal. • Por una mala organización de los trabajadores. • Si brindan una buena atención al cliente. 	Nominal
		Resultados en una Buena atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes satisfechos • Fidelización de los clientes • Posicionamiento de la empresa • Incremento en las ventas. 	Nominal

Fuente: Elaboración del autor

4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó, para recolectar información en el presente trabajo de investigación fue la encuesta, porque es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. El instrumento, que se utilizó para registrar la información fue el Cuestionario la el cual estuvo debidamente estructurado, que constara de un conjunto de preguntas, preparados cuidadosamente, sobre los representantes de las micro y pequeñas empresas y la variable en estudio.

4.5 Plan de análisis

Para el procesamiento y análisis de los datos que se obtuvieron de la investigación, se hizo uso del programa Excel para elaborar las tablas de frecuencia absoluta y relativa, ya que cuenta con funciones de conteo de sistemas automático, también se elaboró las graficos circulares que se presentó como anexo ya que se describió la variable en estudio, estas figuras se podrán visualizar con facilidad la distribución de los datos en categorías que fueron análisis dentro de la investigación. De igual forma se utilizó el programa Word para desarrollar el presente trabajo de investigación. Todo ello nos permitió encontrar analizar e interpretar los resultados que queremos demostrar en la investigación.

4.6 Matriz de consistencia:

Problema	Objetivos	Variable	Metodología		
			Población-Muestra	Método y Diseños	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector - servicio rubro pollerías casco urbano Chimbote, año 2018?	<p>a) General Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías, Casco Urbano de Chimbote, año 2018.</p> <p>b) Específico Identificar las características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías, Casco Urbano de Chimbote, año 2018.</p> <p>Describir las características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro</p>	<p>Gestión de calidad</p> <p>Atención al cliente</p>	<p>Población La población del estudio está conformada por 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro – pollerías en el casco urbano de Chimbote, año 2020.</p> <p>Muestra La muestra está conformada por 15 Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro – pollerías, casco urbano de Chimbote, año 2020.</p>	<p>El tipo de investigación fue descriptivo, porque se describió todos los datos encontrados.</p> <p>Nivel de investigación Fue cuantitativo porque se aplicó la medición de las variables</p> <p>Diseño de investigación Fue no experimental, transversal y</p>	<p>Técnica Encuesta, la cual se aplicó a los representantes de las Mypes.</p> <p>Instrumento: Cuestionario, estructurado por 22 preguntas.</p> <p>Plan de análisis: Se utilizó el programa Excel para diseñar tablas de frecuencia absoluta y relativa Se utilizó el programa Word para el desarrollo del proyecto de investigación y el</p>

	<p>Pollerías, Casco Urbano de Chimbote, año 2018.</p> <p>Determinar las características de una gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías, Casco Urbano de Chimbote, año 2018.</p>			<p>descriptivo de propuesta.</p> <p>No experimental, Porque se estudió conforme a la realidad.</p> <p>Transversal, porque se estudió en un tiempo determinado.</p>	<p>programa PDF para enviar la documentación final del trabajo de investigación.</p>
--	---	--	--	--	--

Fuente: Propia

4.7 Principios éticos

La presente investigación que se realizó a las micro y pequeñas empresas, bajo el sustento de principios éticos, dentro ellos se tendrá a la responsabilidad ética, donde se preservara la libertad, los valores, los derechos humanos y el respeto tanto por el autor como de los representantes legales de las MYPE, también se consideró el principio de justicia, el cual exige el derecho a un trato de equidad, a la privacidad, anonimato y confidencialidad, porque es la cualidad que posee cierta información de mantenerse reservada para el conocimiento de una persona o de algunas, pero que no debe ser expuesta en forma masiva.[ULADECH (Universidad los Ángeles de Chimbote, 2019)]

V. Resultados:

5.1 Análisis:

Tabla 1

Respecto a las Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas

Datos generales:	N	%
Edad (años)		
18 – 30	6	40.00%
31 – 50	6	40.00%
51 años a más.	3	20.00%
Total	15	100.00%
Genero		
Femenino	5	33.33%
Masculino	10	66.67%
Total	15	100.00%
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00%
Primaria	0	0.00%
Secundaria	0	0.00%
Superior no universitaria	11	73.33%
Superior universitaria	4	26.67%
Total	15	100.00%
Cargo que desempeña		
Dueño	14	93.33%
Administrador	1	6.67%
Total	15	100.00%
Tiempo en el cargo		
0 a 3 años	9	60.00%
4 a 6 años	4	26.67%
7 años a más años	2	13.33%
Total	15	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en la zona céntrica de Chimbote, Chimbote año 2018.

Tabla 2

Respecto a las Características de las Micro y pequeñas empresas

Datos generales:	N	%
Permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	8	53.33%
4 a 6 años	7	46.67%
7 años a más	0	0.00%
Total	15	100.00%
Número de trabajadores		
1 a 5	5	33.33%
6 a 10	7	46.67%
11 a más	3	20.00%
Total	15	100.00%
Personas que trabajan en la empresa		
Familiares	2	13.33%
Personas no familiares	13	86.67%
Total	15	100.00%
Objetivo de creación		
Generas ganancias	10	66.67%
Subsistencia	5	33.33%
Total	15	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en la zona céntrica de Chimbote, Chimbote año 2018

Tabla 3

Respecto a las Características de las Gestión de Calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas

Datos generales:	N	%
Termino gestión de calidad		
Si	5	33.33%
No	1	6.67%
Tengo cierto conocimiento	9	60.00%
Total	15	100.00%
Técnicas modernas de la gestión de calidad		
Benchmarking	3	20.00%
Atención al cliente	7	46.67%
Empowerment	2	13.33%
La 5 s	3	20.00%
outsourcing	0	0.00%
otros	0	0.00%
Total	15	100.00%
Dificultades en los trabajadores		
Poca iniciativa	3	20.00%
Aprendizaje lento	4	26.67%
No se adapta a los cambios	6	40.00%
Desconocimiento del puesto	2	13.33%
Otros	0	0.00%
Total	15	100.00%
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	8	53.33%
La evaluación	3	20.00%
Escala de puntuaciones	4	26.67%
Evaluación de 360°	0	0.00%
Otros	0	0.00%
Total	15	100.00%
Gestión de la calidad contribuye al rendimiento del negocio		
Si	10	66.67%
No	0	0.00%
A veces	5	33.33%
Total	15	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en la zona céntrica de Chimbote, Chimbote año 2018.

Tabla 4

Referente a las técnicas administrativas: atención al cliente en las micro y pequeñas empresas

Termino atención al cliente		
Si	12	80.00%
No	0	0.00%
Tengo cierto conocimiento	3	20.00%
Total	15	100.00%
Servicio que brinda a sus clientes		
Si	6	40.00%
No	5	33.33%
A veces	4	26.67%
Total	15	100.00%
Servicio que brinda al cliente		
Si	10	66.67%
No	5	33.33%
Total	15	100.00%
Herramientas de servicio de calidad		
Comunicación	9	60.00%
Confianza	2	13.33%
Retroalimentación	2	13.33%
Ninguno	2	13.33%
Total	15	100%
factores que para la calidad al servicio		
Atención personalizada	9	60.00%
Rapidez en la entrega de los productos	3	20.00%
Las instalaciones	3	20.00%
Ninguna	0	0.00%
Total	15	100.00%
Atención que brinda al cliente		
Buena	12	80.00%
Regular	3	20.00%
Malo	0	0.00%
Total	15	100.00%

Continúa...

Mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal.	3	20.00%
Por una mala organización de los trabajadores.	4	26.67%
Si brindan una buena atención al cliente.	8	53.33%
Total	15	100.00%
Resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.		
Clientes satisfechos	3	20.00%
Fidelización de los clientes	3	20.00%
Posicionamiento de la empresa	5	33.33%
Incremento en las ventas.	4	26.67%
Total	15	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en la zona céntrica de Chimbote, Chimbote año 2018.

5.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS:

Tabla 01: Con respecto a las características de los representantes legales de la Micro y pequeña empresa:

Edad de los representantes: El 46.67% los representantes Mypes empresas tienen entre treinta y uno a cincuenta edad (tabal 1); encaja parcialmente con Gamarra (2016), quien manifiesta el 55.00 % tiene entre 31 a 50 años de edad, asimismo tiene los mismos resultados de Ríos (2014) asimismo el 35% tienen una edad entre 35 a 44 años. En cuanto a Huallpahuque (2015), en relación con el 33.3% tienen entre 36 a 46 años de edad, coincidiendo con Risco (2016), quien manifiesta que el 44.4% son entre 45 a 50 años de edad. Estos datos demuestran que están representados y que están dirigidos generalmente por adultos, quienes cuentan con alto grado de experiencia y de conocimientos empíricos, en lo que respecta a la administración. Además de ellos, estos representantes tienen una habilidad única para realizar diversas actividades dentro del rubro de estudio, dedicándose a su trabajo y teniendo en consideración a sus familias por la cual velan.

Genero de los representantes: Con el 66.67% de los representantes de las organizaciones tienen género masculino (Tabla 1); los datos se apoyan con Ríos (2014) quien manifiesta que el 65% de los encuestados son masculinos, coincidiendo con Gamarra (2016), quien revela que el 67% son de género masculino. Asimismo, Risco (2016) en su trabajo de investigación revela que el 77.8% son representados por el género masculino, esto concuerda con Beltrán (2014) el 62.5% son del género masculino. Al igual que lo constata Luna (2013) quien alega que el 60.9% masculino. Por otro lado esta contrastado con los resultados de Sugueri (2013) lo asi muestra el 57% de los representantes de las Mypes son

del género femenino, se contrasta con Huallpahuque (2015), quien afirma que el 51.5% son del sexo femenino. Está claro que en la presente investigación en el rubro de estudio los hombres lideran el mercado, más que las mujeres, pero también se da el caso de que en algunas empresas los que están a cargo son mujeres, esto se debería ya a la igualdad de géneros que tenemos hoy en día en la sociedad, donde todos somos capaces de liderar una empresa si estamos bien preparados.

Grado de instrucción: El 53.34% de una empresa tienen grado de instrucción universitaria (Tabla 1), se contrasta con Ríos (2014) quien expresa que el 60.00% de las empresas tienen estudios universitarios completos. Asimismo, Rubio (2016), en su trabajo de investigación también revela que el 53.5% cuentan con estudios superiores universitarios, coincidiendo con Luna (2013), quien exhibe en sus resultados que el 47.8% tiene grado de instrucción universitario. Por otro lado estos resultados se contrastan con Gamarra (2016) quien afirma que el 61% solo cuentan con grado de instrucción secundaria, coincidiendo con Beltrán (2014), quien muestra el 37.5% como el grado de instrucción de secundaria. Por otro lado Risco (2016) en su trabajo de investigación nos revela que el 44.4% tienen estudios básicos. Esto expresa que la gran mayoría cuentan con un grado de instrucción universitario, debido a que tomaron el interés por desarrollar sus capacidades y habilidades con la finalidad de mejorar dentro del rubro, en la cual se desarrolla en una empresa, además de palparse de mayor información del rubro en la cual están laborando con la finalidad conseguir una mayor rentabilidad y un mejor posicionamiento en el mercado.

Cargo que desempeñan: Respecto el 93.33% de las organizaciones son dueños, coincidiendo con Risco (2016) quien difiere que el 100% son los dueños de su establecimiento. Esto da a entender que actualmente la mayoría son los dueños del negocio, puesto que creen que aún no encuentran a personas adecuadas con las habilidades necesarias para quedarse como administradores. Además, es preciso recalcar que la mayoría de los fundadores de las MYPE tiene el compromiso, la perseverancia y responsabilidad del emprendedor, para surgir en un mercado empresarial altamente competitivo, por el cual se requiere que los dueños del negocio tengan presente siempre la voluntad de trabajar y lograr el éxito dentro de su empresa.

Tiempo de desempeño en el cargo: El 60% tienen entre cuatro a seis años, esto coincide con los resultados obtenidos de Risco (2016) de este modo el 72.2% manifiestan que el tiempo que llevan en el cargo es más de cinco años, de la misma manera coincide con Beltrán (2014) quien afirma que el 50% tiene un promedio de entre 0 a 5 años en el cargo, coincidiendo con Luna (2013) quien enfatiza que el 45% tienen más de 3 años en el cargo. Esto aclara que actualmente tienen más de 4 años en el cargo, debido a que están representados por personas que conocen el rubro, cuentan con aptitudes y habilidades para administrar y controlar el negocio. Siendo esta la razón por la cual los representantes de las Mypes de las organizaciones llevan un buen periodo de tiempo en el negocio.

Tabla 02: Con respecto a las características de las Mypes:

Tiempo de permanencia en el rubro: El 53.33% tienen entre 4 a 6 años en el rubro, estos guarda relación con Ríos (2014) se expresa que el 50.00% tiene un promedio de entre

cinco a siete años en el rubro. Asimismo, Suguei (2013) manifiesta que el 57% tienen de 6 años a más de antigüedad en el negocio, coincidiendo parcialmente con Gamarra (2016) quien nos revela que el 50% tiene de ocho años a más de permanencia en el mercado. Esto concuerda con la mayoría de los dueños conocen sus fortalezas y debilidades en el rubro, las mismas que les han permitido plantear estrategias para seguir sobresaliendo en el negocio en el que trabajan y a la vez logrando adherirse en la mente de sus consumidores.

Número de trabajadores: El 46.67% de las Mypes tienen un promedio de entre 6 a 10 trabajadores, esto contrasta con los datos de Suguei (2013) demostrando que el 43% de los entrevistados el número de trabajadores es de 6 a 10, coincidiendo parcialmente con Risco (2016), quien exhibe que el 16.7% de las Mypes, tienen una capacidad de entre 1 a 15 trabajadores. Asimismo, Luna (2013) en su trabajo de investigación revela que el 65.2% cuentan con un promedio de 1 a 5 colaboradores, por el cual estos resultados se contrastan con lo expuesto por Gamarra (2016), quien afirma que el 83% trabajan con un cantidad de entre 0 a 4 trabajadores. Se suscita que la mayoría no cuentan con el personal suficiente para poder desarrollar sus labores, debido a que las organizaciones no cuentan con la solvencia necesaria para contratar más personal. Pero cabe mencionar que si los dueños consideran que en caso se necesite personal eventual o por necesidad de servicio, es decir, para cubrir ciertos días en la cual las ventas de la empresa se aumentan radicalmente, se procedería a contratar mayor mano de obra para poder abastecer la demanda del servicio que la empresa ofrece a sus consumidores.

Personas que laboran dentro de la empresa: El 86.67% tiene como trabajadores a personas no familiares y el 13.33% a sus propios familiares. Pues no existe colación con ninguno

de los antecedentes. Se difiere por la mayoría cuenta con personas ajenas a sus familiares, dado que antes de iniciar el negocio, se buscó personas que cumplan con los requisitos para el rubro de la empresa, se puede decir también que se tomó en cuenta las actitudes, habilidades y experiencias, sobre el trato con los clientes.

Objetivo de la creación: El 80% tienen como objetivo generar ganancias, esto guarda relación con el tanteo obtenidos por Gamarra (2016) por lo cual nos da a entender que el 61% se crearon para generar lucro, de la misma manera con Ríos (2014), nos pone claro que el 45% tiene como finalidad producir ganancias. Se da a conocer que actualmente son creados desde un inicio con la finalidad de implantar sus propias fuentes de empleo y rentabilidad y que conforme pasen los años, los ingresos sean estables, por lo que en la actualidad su objetivo es mantenerse en el mercado, para más empleo e incrementar ganancias.

Tabla 03: Con respecto a las características de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas

Conocimiento del término gestión de calidad: El 46.67% si conocen el termino gestión de calidad, esto tiene la misma similitud obtenidos por Gamarra (2016), que expresa que el 72% si tiene conocimiento del termino gestión de calidad. Se da a conocer que actualmente la mayoría si tienen conocimiento del termino gestión de calidad, puesto que saben que el uso de ciertas herramientas administrativas influirán en la felicidad del comprador y en los resultado que la empresa desea obtener.

Técnicas de gestión que se aplican: El 53.33% utilizan atención al cliente como herramienta de gestión, esto contrasta con Luna (2013), en la cual muestra que el 56.6% emplea la mejora incesante como una técnica de gestión, esto se apoya de Beltrán (2014), en la cual establece que el 56.3% manifiestan usar la técnica de la mejora incesante como técnica de gestión. Esto rebela que la importancia radica en la atención al cliente, para mejorar los resultados en sus pedidos, de igual forma consideran que la atención al cliente permite que otros perciban la responsabilidad de la empresa y de esta manera terceras personas se fidelicen a la empresa por la atención que reciben.

Dificultades de los trabajadores en la gestión: El 40% aseguran que las dificultades para el accionamiento de una adecuada gestión de calidad, no se adecua a la variación, asimismo el 20% es de poca iniciativa, el 26.67% es de aprendizaje y el 13.33% desconocen de su puesto de trabajo. Esto expresa que los dueños afirman que su personal a cargo, solo se preocupan por la parte económica, es decir los sueldos, por lo que no mejoran en adquirir habilidades, en lo general estos se encuentran con poca fuerza de voluntad para crecer profesionalmente.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 53.33% calculan la productividad del personal a través de la observación, el 20% la evaluación, el 26.67% escala de puntuaciones. Lo actualmente la totalidad de las Mypes califica el desempeño de trabajadores, a través de la observación, es decir, conforme pasan los días los colaboradores de la empresa buscan esforzarse al máximo y esto es calificado por los dueños, con el fin de brindarles un incentivo más.

Gestión de calidad: El 66.67% aseguran que la gestión de calidad si aporta al rendimiento de la empresa, por lo cual coincide con Ríos (2014), en la cual expresa que el 85% considera que la gestión de calidad es mucho valor de la empresa afirmay por ende contribuye en la mejora del rendimientos de la misma. De este modo los dueños entienden que si mejora los ingresos de la empresa, en este caso solo aplican una buena atención al cliente, por lo cual se han generado buenos resultados, en la satisfacción del cliente.

Conoce el término: El 80% afirman que tienen conocimiento del término atención al cliente, mientras que el 20% tienen cierto conocimiento. No hay comparación con los antecedentes. Por lo cual significa que la gran parte de las micro y pequeñas el conoce el término, dado que consideran una herramienta de mucho valor para la empresa y la cual debe ser implementada dentro de la misma. Este término si bien es cierto se aprende con la experiencia y en los últimos años, han sabido cómo tratar a cada cliente, del mismo modo expresan por lo general no todos los clientes son amables, por lo que los dueños han sabido controlar y mantener una buena comunicación con ellos.

Aplica gestión de calidad: El 53.33% aseguran que a veces fijan que gestión de calidad en el servicio que brindan, el 26.67% si lo aplica y el 20% no lo aplica nunca. No existe comparación con los antecedentes. A pesar de todo la mayoría considera las actividades diarias como una gestión de calidad, que en ocasiones no resultan como se plantearon, ya que a veces como por ejemplo existe un retraso en la orden de los pedidos, y el personal no sabe cómo reaccionar en esos momentos de tensión, por lo cual no se aplica una atención de calidad, por ende, se puede decir que existe la necesidad de mejorar los procesos en las diferentes áreas.

Atención al cliente es fundamental: El 66.67% consideran importante y la atención al cliente para que puedan regresar a la entidad, mientras que el 33.33% no lo considera importante. No hay similitud con los antecedentes. Se demuestra que en este tiempo las Mypes reflexiona, SI es fundamental la buena atención al cliente para su fidelización, pero por otro lado en su minoría claro está, aseguran que no siempre una atención de calidad será la clave para que los comensales regresen, ellos deducen que en ocasiones el cliente queda satisfecho solo por el valor del producto, o por la calidad de los productos, es decir, así se le haya atendido rápidamente, el punto clave es darles un precio y producto de calidad.

Herramientas que se utilizan para un servicio de calidad: El 60% emplea la confianza como arma de servicio al cliente, mientras que el 26.67% utiliza la comunicación y el 13.33% la retroalimentación. No hay igualdad con ninguno de los antecedentes. Se tiene conocimiento que las empresas entrenan a su personal, para que ellos muestren confianza, ya sea a través de una expresión corporal agradable, una sonrisa, paciencia para aclarar las dudas del cliente, con la finalidad de que los clientes se sienten como en casa.

Principal factor para calidad en el servicio: El 60% dan a conocer que lo primordial es la atención personalizada, el 20% considera la rápida entrega y el 20% en lo que respecta a las instalaciones. No existe igualdad con ninguno de los antecedentes. En la actualidad aseguran para lograr un buen servicio dentro de la empresa, cada cliente debe ser atendido por un solo colaborador de manera personalizada, en la cual sea el colaborador quien atienda y resuelva sus dudas, de igual forma lograr así que los clientes se sienten mejor

con un personal que transmita entusiasmo, alegría, para generar un ambiente agradable al momento de ser atendidos.

Atención que se brinda a los clientes: El 80% expresa que la atención que brinda es buena, esto parcialmente coincide con Ríos (2014) posteriormente el 85% dicen que el servicio es de calidad. Esto demuestra que la mayoría de los dueños, aseguran que la atención es buena, debido a que el trabajador por querer mejorar sus incentivos y además ser reconocido por los clientes, muestra un trato amable, de suma responsabilidad y cumplen con los requisitos para que el cliente resuelva todas sus inquietudes.

Consideraciones de que se está dando una mala atención al cliente: El 53.34% asimila que brindan mala atención ya que no cuenta con suficiente personal, el 33.33% por una mala organización de los trabajadores y el 13.33% manifiesta que si brindan una buena atención al cliente. No existe similitud con ninguno de los antecedentes. Actualmente no cuentan con suficiente personal, debido a que los trabajadores realizan múltiples funciones.

Resultados por brindar una buena atención: El 33.33% han logrado obtener fidelidad de los clientes, el 20% clientes satisfechos, el 20% posicionamiento en el mercado y el 26.67% un incremento en las ventas. No existen comparaciones con los antecedentes. Se demuestra que actualmente la mayor parte son conscientes de que en estos tiempos en donde la competencia es cada vez más dura para todas las empresas, se presenta la necesidad de lograr lealtad de los clientes, del mismo modo consideran que al lograr la fidelidad, otra empresa no podrá posicionarse en la mente de sus clientes, ni mucho menos en el mercado.

VI. CONCLUSIONES

Una vez realizado la tabulación y la interpretación de las tablas y el análisis, se concluye lo siguiente:

-La mayoría de los representantes de las Mypes tienen un promedio de edad de entre 31 a 50 años, del mismo modo coincide con el porcentaje del género masculino, asimismo cuentan con un grado de instrucción superior no universitaria y en su mayoría representan el cargo de dueños. Posteriormente tienen tiempo en el cargo de entre 0 a 3 años.

-La mitad de las Mypes en su tiempo de permanencia en el rubro es de 0 a 3 años, cuentan con un número de trabajadores de 6 a 10, el tipo de personas que trabajan en la empresa no son familiares y para finalizar su principal objetivo es generar ganancias.

-La mayoría de los representantes tiene cierto conocimiento de gestión de calidad, por lo cual emplean la técnica atención al cliente, evalúan a su personal y manifiestan que no se adaptan a los cambios, lo cual impide la gestión de calidad, su personal es medido a través de la técnica de la observación, por consiguiente esto ayuda a la mejora del rendimiento en la gestión de calidad. Por otro lado si conocen el termino atención al cliente, si aplican gestión de calidad de acuerdo al servicio, manifiestan que la atención es importante para que el cliente regrese, utilizan la comunicación para un servicio de calidad, aseguran que la atención personalizada tiene que ser excelente en cierta forma, la mayoría afirma que da una buena atención a sus clientes, de esa forma poder posicionar a la empresa. Dado que se preocupan más por generar ingresos y no por fidelizar a los clientes es por eso que la empresa no logra permanecer en el mercado, es por ello que se debe priorizar las

necesidades del cliente, cumplir sus inquietudes, saber escucharlos de la manera correcta aplicando un buen proceso de atención al cliente y así se logre la fidelización del cliente.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones:

En este trabajo de investigación se propone las siguientes recomendaciones:

- ✓ Asesorar a los representantes en estudio de administración de empresas, atención al cliente y gestión de calidad, ya que eso les permitirá tener más conocimiento actualizados sobre una adecuada administración de una empresa y esto lograra al éxito de la organización.
- ✓ Implementar capacitaciones constante a los mozos, áreas de atención al público, encargados de la bienvenida en el negocio, en temas de atención al usuario, seguridad y salud en el trabajo, importancia de la higiene en el establecimiento, esto permitirá adaptarse a los cambios donde buscaran brindar un servicio increíble, al satisfacer sus necesidades de los clientes y esto ayudara que los clientes sean fidelizados.
- ✓ Implementar un platillo extra para que así puedas traer nueva clientela y darle un punto adicional a la empresa ya que con ellos se conseguirá atraer nuevos clientes y fidelizarlos a su vez.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Aira, L. (2012). *Principales características del empresario PYME Argentino*.
<http://www.grandespymes.com.ar/2012/01/06/principales-caracteristicas-del-empresario-pyme-argentino-2/>
- Aspilcueta, 2016 *Mypes en el Perú*. <https://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>
- Beltrán, R. (2014). *Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las Mypes del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014*. (Tesis posgrado). Tesis Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, 2014.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5943/.pdf?sequence=4>
- Cereso. S. (2015). *Gestión Administrativa y financiera y su incidencia en la Atención al Cliente de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, el Empalme 2012 Ecuador*.
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1410/1/75832.pdf>
- Cortez, L. (2015). *Calidad del Servicio al Cliente ofrecido en Juzgados Civiles 2015*. Colombia.
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14060/Sonia%20Cort%c3%a9s%20Ligarreto.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Cuatrecasas, L. (2012). *Organización de la producción y dirección de operaciones* (pág. 575-577). España: Ediciones Díaz de Santos
- Diario Forbes, (2015). *Los errores más comunes de las PYMES*.
<https://www.forbes.com.mx/cuales-son-los-errores-mas-comunes-de-las-pymes/>
- Díaz. I. (2010). *Modelo de Gestión de Calidad y su Incidencia en la Satisfacción del Cliente del sector comercio rubro ferreterías, Provincia de Tungurahua, periodo 2010 Ambato- Ecuador*.
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1410/1/75832.pdf>
- Duran, C. (2014). *Estadística, población, muestra y variables*.
<https://es.slideshare.net/jcarlos2509/estadistica-poblacion-muestra-y-variables>
- Enaho. (2013). *Mypes en el Perú*. <http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>
- Espinoza (2013). *Caracterización de gestión de calidad de Comerciales rubro calzado (Piura), año 2013*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3164/GESTION_COMPETIVIDAD_URCIA_VERA_KARINA_YVONNE.pdf?sequence=4

Fernandes (2014). *Las estrategias de la fidelización de clientes*.
<http://www.crecenegocios.com/las-estretegias-de-la-fidelizacion/>

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

Gamarra, (2016). “Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarney, 2016”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3188/GESTION_EMPRESA_YACUPOMA_INOCENTE_CLINTON_SANJENIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García, V. (2010). *Pequeñas empresas en Estados Unidos*.
<http://coyunturaeconomica.com/microeconomia/pequenas-empresas-en-usa>

Huallpahuque, G. (2015). *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Calidad Total en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014*. (Tesis de Licenciado en Administración, Pregrado) Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huaraz, Perú.
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039567>

Ley N° 28015 (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Disposiciones generales, Artículo 2, definición de la micro y pequeña empresa.*<http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>

Ley N° 28015 (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Disposiciones generales, Artículo 2, definición de la micro y pequeña empresa.*<http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>

Ley N° 28015 (2003). *Marco institucional de las políticas de promoción y formalización. Capítulo I, De los lineamientos, Artículo 5, lineamientos.*
<http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>

Ley N° 30056 (2013). *Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Capítulo I, Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Artículo 5, características de las Micro, pequeñas y medianas empresas.*
<http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>

Luna, Kevin (2013). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio–rubro restaurantes en el distrito de Nuevo himbote, 2013.* (Tesis posgrado). Tesis Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, ,2013.

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

Martínez, L. (s.f). *Consideraciones teóricas sobre atención al cliente*.
<http://www.monografias.com/trabajos42/atencion-al-cliente/atencion-al-cliente.shtml>

Norma ISO 9000. (2005). *Sistemas de gestión de Calidad – fundamentos y vocabulario*.
http://www.umc.edu.ve/pdf/calidad/normasISO/Norma_ISO_9000_2005.pdf

Ortiz, H. (2011). *Sistemas de Gestión de la Calidad | historia y definición*.
<http://www.sistemasycalidadtotal.com/calidad-total/sistemas-de-gestion-de-la-calidad-%E2%94%82-historia-y-definicion/>

Pérez y Merino (2013). *Concepto de gestión*. <http://definicion.de/gestion>

Pérez, C. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC, Chiclayo periodo enero a setiembre 2011 y 2012* Chiclayo.
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/203/1/TL_Perez_Rios_CynthiaKatherine.pdf

Ríos, A. (2014). *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes- del*

distrito de Huanchaco año 2014. Tesis Universidad Católica los Ángeles de Huanchaco, Trujillo ,2014.

Risco, T. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad en las Mypes del sector servicio - rubro cevicheras del p.j. Miraflores bajo de la ciudad de Chimbote, año 2013.* (tesis posgrado). Tesis Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, 2014.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1058/MYPES_GESTION_DE_CALIDAD_TORRES_RISCO_JOSE_MIGUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rubio, C.R (2016). *La Gestión de Calidad, relacionado con el Servicio de Atención al Cliente en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. 2016.* Chimbote – Perú. (Tesis posgrado). Tesis Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, 2014.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1216/CALIDAD_DE_ATENCION_RUBIO_CASTILLO_ROBERT_SIMON.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salazar, D. (2016). *Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro de hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016.* (Tesis de posgrado) Tesis Universidad Católica los Ángeles de Huaraz, Huaraz ,2016.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/841/MYPE>

_CAPACITACION_SALES_MARCHENES_GABY_OLINDA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Serna, H. (2006). *Conceptos básicos. En Servicio al cliente.*
<http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/>

Serna, H. (2006). *Servicio de atención al cliente.*
http://importacionesan.blogspot.mx/2011_05_01_archive.html

Sotelo, L. (2015). *Problemática de las Mypes en américa latina.*
<https://es.slideshare.net/CarlosSoteloLuna/problemtica-de-las-mypes-en-amrica-latina-20150327>

Soto, B. (s.f). *Tipos de clientes.* <https://www.gestion.org/marketing/atencion-cliente/30546/tipos-de-clientes/>

Suguei, L. (2013). Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes parrillas, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013. Tesis Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, ,2013.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10558/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_ZAPATA_CARRE%C3%91O_DANNITZA_RUBID.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tarodo, C. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente* (pág. 165-170). Madrid: RA-MA Editorial.

- Uladech (2019). *Código de ética para la investigación*.
<https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>
- Wigodski, J. (2011). *Metodología de la investigación*.
<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/>
- Yamakawa, P. (2013). *Modelo tecnológico de integración de servicios para la mype peruana*.
<http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2010/10/20/libro%20mype%201.pdf>
- Zúñiga, J. (2015). *Las pymes y la economía peruana*.
<http://larepublica.pe/impresaeconomia/1409-las-pymes-y-la-economia-peruana>

ANEXOS:

Anexo 1: Cronograma de actividades

Cronogramas de actividades														
Actividades	Año 2018				Año 2019								Año2020	
	Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I	
	Mes				Mes				Mes				Mes	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1.Elaboracion del Proyecto	X													
2.Revision del proyecto		X												
3.Aprobacion del proyecto			X											
4. Exposición del proyecto				X										
5. Mejora del marco teórico					X									
6. Redacción de la revisión de la literatura						X								
7. Elaboración del consentimiento informado							X							
8. Ejecución de la metodología								X						
9.Resultados de la investigación									X					
10. Conclusiones o recomendaciones										X				
11. Redacción del pre informe de Inv.											X			
12. Redacción del informe final												X		
13. Aprobación del informe final por el jurado de investigación													X	
14. Presentación de ponencia														X
15. Redacción de articulo científico														X

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
• Suministros(*)			
• Impresiones	0.50	100	50.00
• Fotocopias	0.10	50	5.00
• Empastados			
• Papel bond A-4	0.10	100	10.00
• Lapiceros	0.50	4	2.00
Servicios			
• Uso de turnitin	50.00	4	200.00
Sub total			
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	3.00	3	9.00
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			276.00
Presupuesto desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Modelo de investigación del ERP University -MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recursos humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			

(*) Se pueden agregar otros suministros que se utiliza para el desarrollo del proyecto.

Financiamiento:

Autofinanciado por el estudiante.

ANEXO 3. CUADRO DE SONDEO

N°	RAZON SOCIAL	DIRECCION
1	La Granja Linda	Chimbote 02803
2	Pollería Wilson	Av. José Pardo 381, Chimbote 02803
3	Restaurante Pollería Leña y Sabor	Av. Francisco Bolognesi, Chimbote 02803
4	DELCA'S Pollería & Bar	Av. José Pardo 576, Chimbote 02803
5	Pollería Kikiriki	Jirón Manuel Ruiz 337, Chimbote 02803
6	Pollos a la Brasa Mirko	Av. José Pardo 363, Chimbote 02803
7	Rikoton Chicken	Jr. Enrique Palacios 411 Jr., Prolongación Leoncio Prado 393, Chimbote
8	POLLOS ALFA MAS	Jirón Leoncio Prado 520, Chimbote 02803
9	Pollería El Palenque	Jirón Guillermo Moore, Chimbote 02803
10	DON MORILLAS Pollos a la Brasa	Av. José Pardo 1164, Chimbote 02801
11	Pollería El Sabor	Av. José Balta 817, Chimbote 02801
12	Pollos A La Brasa Maribel	Ladislao Espinar, Chimbote 02801
13	Sayuri	Jirón Enrique Palacios 596, Chimbote 02803
14	Pollería El Gigante	Av José Balta 1057, Chimbote 02801
15	Norkys	Av. José Pardo 807, Chimbote 02804

Anexo 4:



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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro – Pollerías, Casco Urbano de Chimbote, Año 2018. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica
- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Número de Trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores.

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) outsourcing
- f) otros
- g) Ninguno

12. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?

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

13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) Otros

14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

- a) Si
- b) No

15. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?

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

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al cliente?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

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

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

18. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?

- a) Si
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

- a) Comunicación
- b) Confianza
- c) Retroalimentación
- d) Ninguno

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

- a) Atención personalizada
- b) Rapidez en la entrega de los productos
- c) Las instalaciones
- d) Ninguna

21. La atención que brinda a los clientes es:

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

22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente

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

23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.

- a) Clientes satisfechos
- b) Fidelización de los clientes
- c) Posicionamiento de la empresa
- d) Incremento en las ventas.

ANEXO 5: HOJA DE TABULACIONES

PREGUNTA	RESPUESTA	TABULACIÓN	N	%
1.Edad	a) 18 a 30 años	IIII I	6	40.00%
	b) 31 a 50 años	IIII I	6	40.00%
	c) 51 a más	III	3	20.00%
	TOTAL	15	15	100.00%
2.Género	a) Masculino	IIII	5	33.33%
	b) Femenino	IIII IIII	10	66.67%
	TOTAL	15	15	100.00%
3.Grado de Instrucción	a) Sin Instrucción	-	0	0.00%
	b) Primaria	-	0	0.00%
	c) Secundaria	-	0	0.00%
	d) Superior No Universitaria	IIII IIII I	11	73.33%
	e) Superior Universitaria	III	4	26.67%
TOTAL	15	15	100.00%	
4.Cargo que desempeña	a) Dueño (a)	IIII IIII III	2	18.2
	b) Administrador (a)	I	9	81.8
	TOTAL	15	15	100.00%
5.Tiempo que desempeña el cargo	a) 0 a 3 años	IIII III	9	60.00%
	b) 4 a 6 años	III	4	26.67%
	c) 7 a más años	II	2	13.33%
	TOTAL	15	15	100.00%
6.Tiempo de permanencia en el rubro	a) 0 a 3 años	IIII III	8	53.33%
	b) 4 a 6 años	IIII II	7	46.67%
	c) 7 a más años	-	0	0.00%
	TOTAL	15	15	100.00%
7.Número de Trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores	IIII	5	33.33%
	b) 6 a 10 trabajadores	IIII II	7	46.67%
	c) 11 a más trabajadores	III	3	20.00%
	TOTAL	15	15	100.00%
8.Su personal que trabaja en su empresa	a) Familiares	II	2	13.33%
	b) Personas no familiares	IIII IIII III	13	86.67%
	TOTAL	15	15	100.00%
9.Objetivo de creación	a) Generar ganancia	IIII IIII	10	66.67%
	b) Subsistencia	IIII	5	33.33%
	TOTAL	15	15	100.00%
10. Conoce el término gestión de calidad	a) Si	IIII	5	33.33%
	b) No	I	1	6.67%
	c) tengo cierto conocimiento	IIII IIII	9	60.00%
	TOTAL	15	15	100.00%

11. Técnicas modernas de gestión de calidad	a) Benchmarking	III	3	20.00%
	b) Red- corporativas	IIII II	7	46.67%
	c) Empowerment	II	2	13.33%
	d) La 5 s	III	3	20.00%
	e) Outsourcing	-	0	0.00%
	f) Otros	-	0	0.00%
	g) Ninguno	-	0	0.00%
	TOTAL	15	15	100.00%
12. Dificultades en la implementación de gestión de calidad	a) Poca iniciativa	III	3	20.00%
	b) Aprendizaje lento	IIII	4	26.67%
	c) No se adapta a los cambios	IIII I	6	40.00%
	d)Desconocimiento del puesto	II	2	13.33%
	e) otros	-	0	0.00%
	TOTAL	15	15	100.00%
13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	a) La observación	IIII III	8	53.33%
	b) La evaluación	III	3	20.00%
	c) Escala de puntuación	IIII	4	26.67%
	d) Evaluación de 360	-	0	0.00%
	e) Otros	-	0	0.00%
	TOTAL	15	15	100.00%
14. Gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio	a) Si	IIII IIII	10	66.67%
	b) No	-	0	0.00%
	c)A veces	IIII	5	33.33%
	TOTAL	15	15	100.00%
15. Termino atención al cliente	a) Si	IIII IIII II	12	80.00%
	b) No	-	0	0.00%
	c) Tengo cierto conocimiento	III	3	20.00%
	TOTAL	15	15	100.00%
16. Gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	a) Si	IIII I	6	40.00%
	b) No	IIII	5	33.33%
	c)A veces	III	4	26.67%
	TOTAL	15	15	100.00%
17. La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento	a) Si	IIII IIII	10	66.67%
	b) No	IIII	5	33.33%
	TOTAL	15	15	100.00%
18. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.	a)Comunicación	IIII IIII	9	60.00%
	b)Confianza	II	2	13.33%
	c)Retroalimentación	II	2	13.33%
	d)Ninguno	II	2	13.33%
	TOTAL	15	15	100.00%

19. Factores que para la calidad al servicio que brinda	a) Atención personalizada	IIII IIII	9	60.00%
	b) Rapidez en la entrega de los productos	III	3	20.00%
	c) Las instalaciones	III	3	20.00%
	d) Ninguna	-	0	0.00%
	TOTAL	15	15	100.00%
20. La atención que brinda a los cliente	a) Buena	IIII IIII II	12	80.00%
	b) Regular	III	3	20.00%
	c) Malo	-	0	0.00%
	TOTAL	15	15	100.00%
21. Mala atención al cliente	a) No tiene suficiente personal.	III	3	20.00%
	b) Por una mala organización de los trabajadores.	IIII	4	26.67%
	c) Si brindan una buena atención al cliente.	IIII III	8	53.33%
	TOTAL	15	15	100.00%
	22. Resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.	a) Clientes satisfechos	III	3
b) Fidelización de los clientes		III	3	20.00%
c) Posicionamiento de la empresa		IIII	5	33.33%
d) Incremento en las ventas.		III	4	26.67%
TOTAL		15	15	100.00%

Anexo 6:

a) Referente los representantes de las Micro y pequeñas empresas:

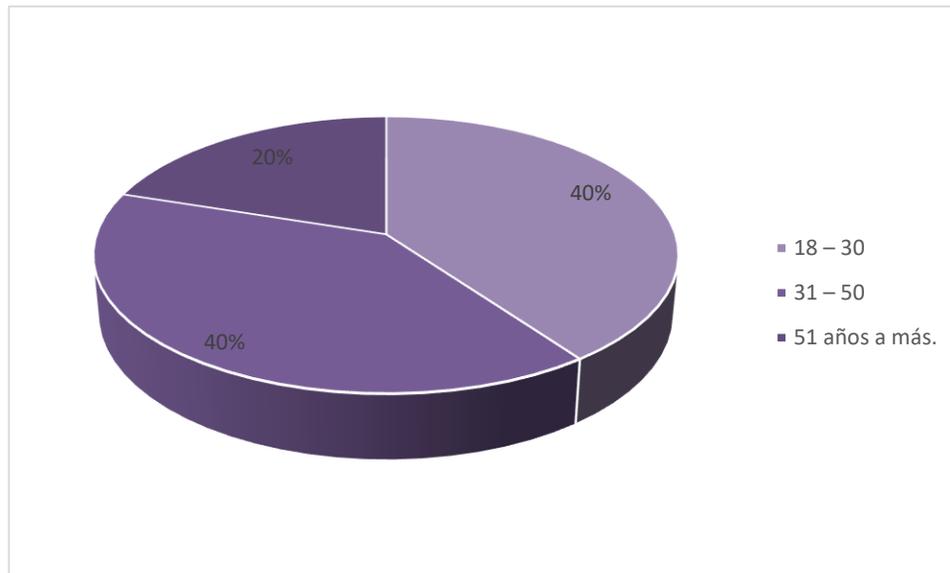


Figura 1. Edad del representante

Fuente: Tabla 1

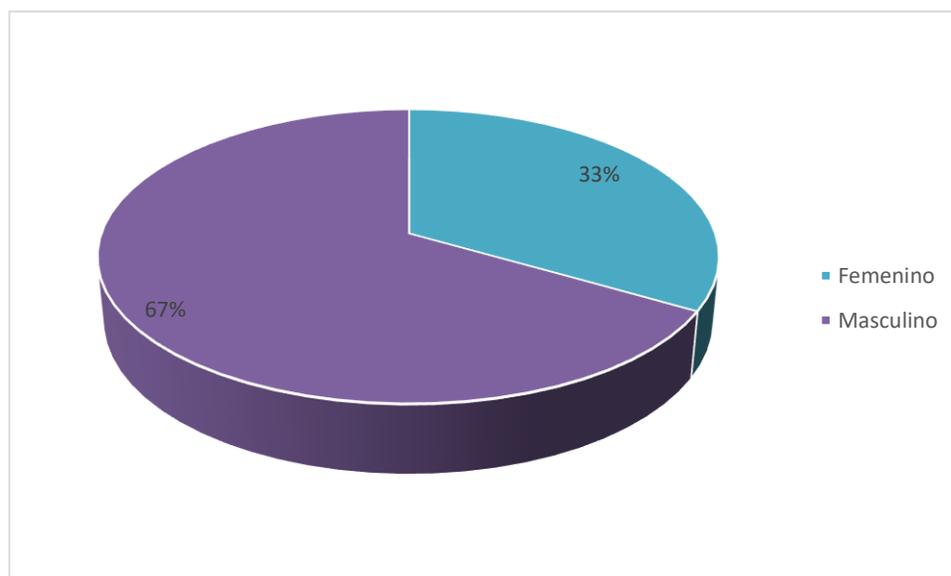


Figura 2. Genero del representante

Fuente: Tabla 1

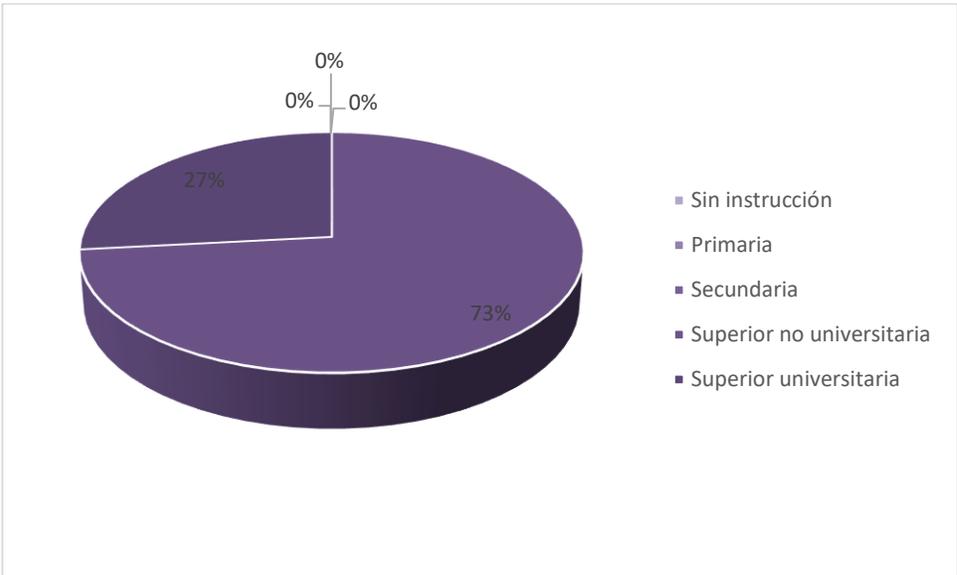


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

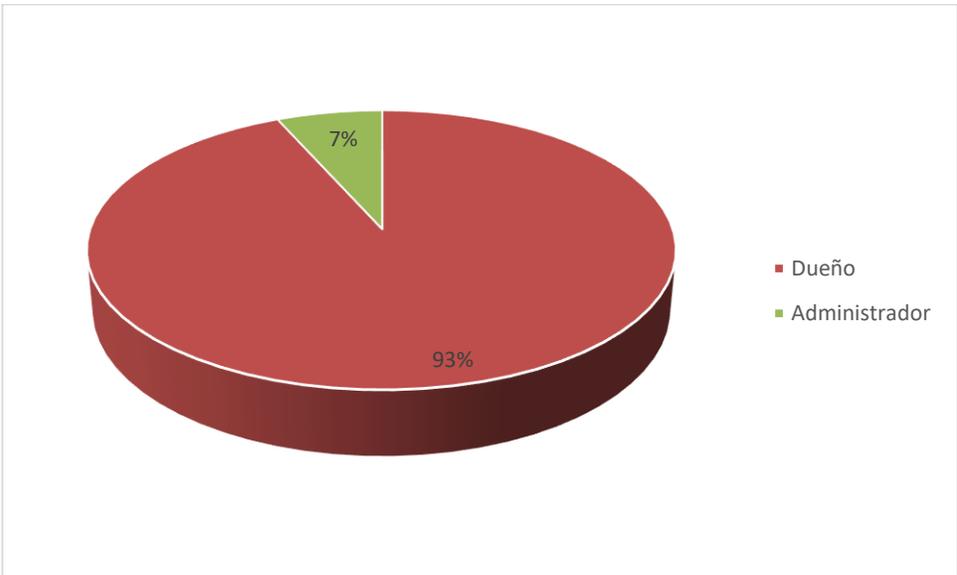


Figura 4. Cargo

Fuente: Tabla 1

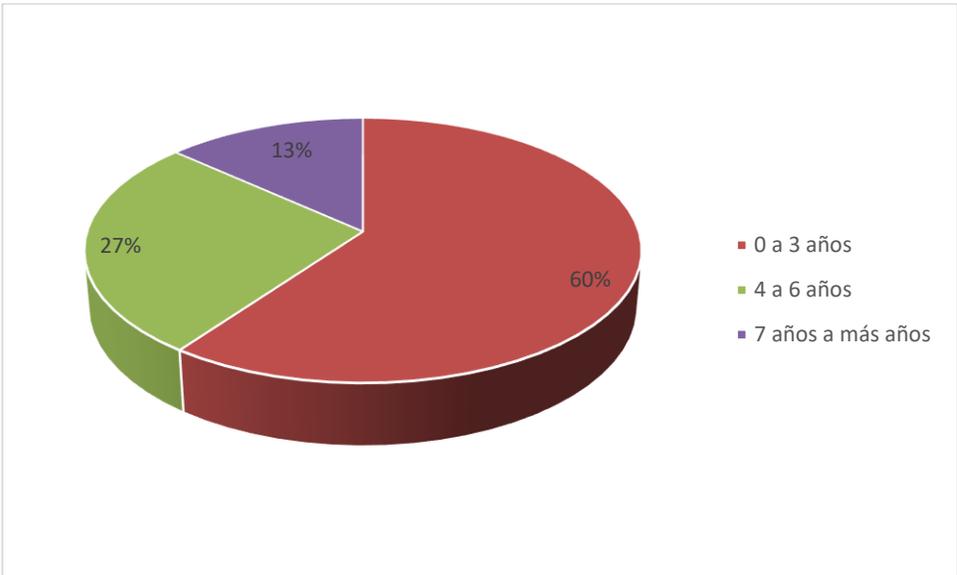


Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo

Fuente: Tabla 1

b) Referente a las Características de las micro y pequeñas empresas:

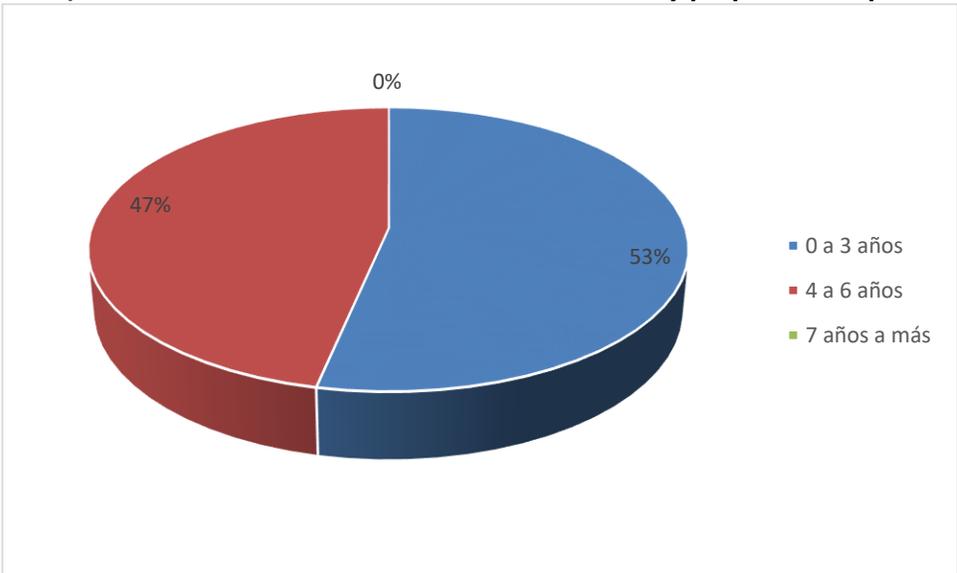


Figura 6. Tiempo de permanencia

Fuente: Tabla 2

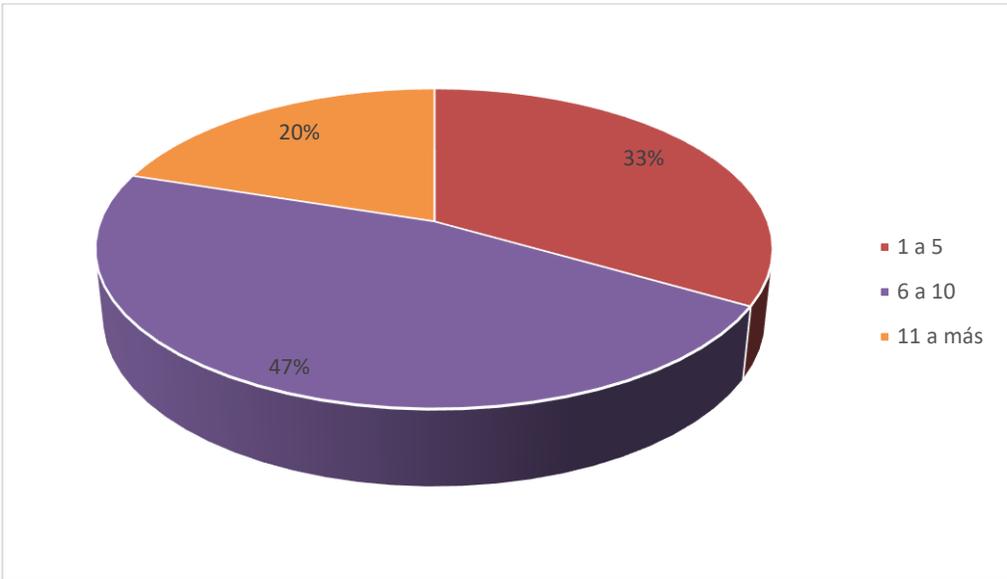


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente: Tabla 2

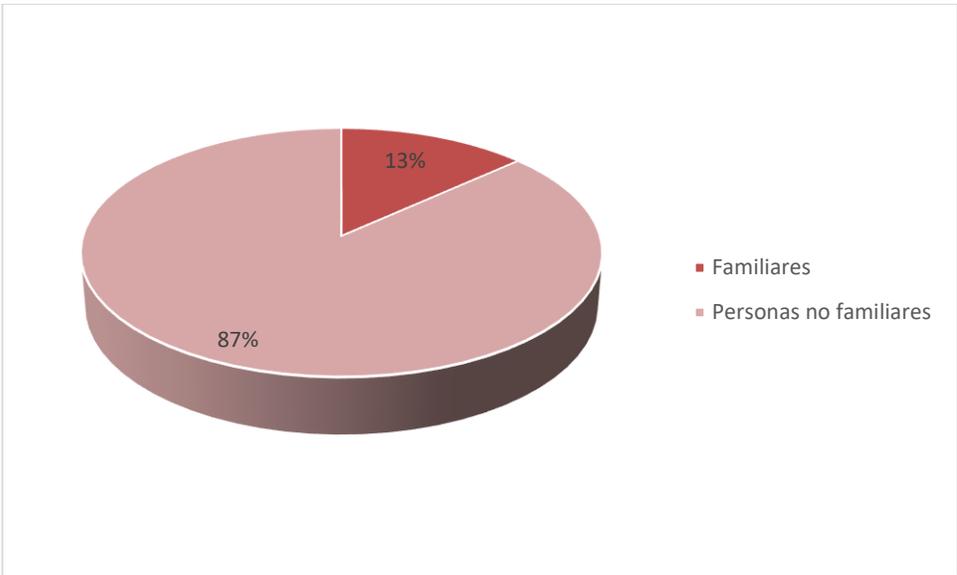


Figura 8. Personas que trabajan en la MYPE.

Fuente: Tabla 2

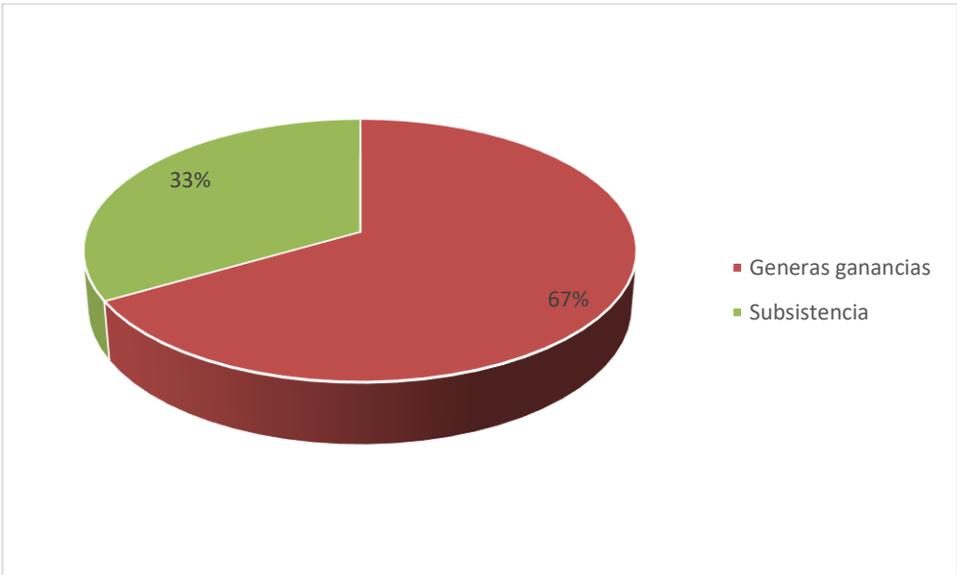


Figura 9. Objetivo de la MYPE

Fuente: Tabla 2

c) Referente a la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas:

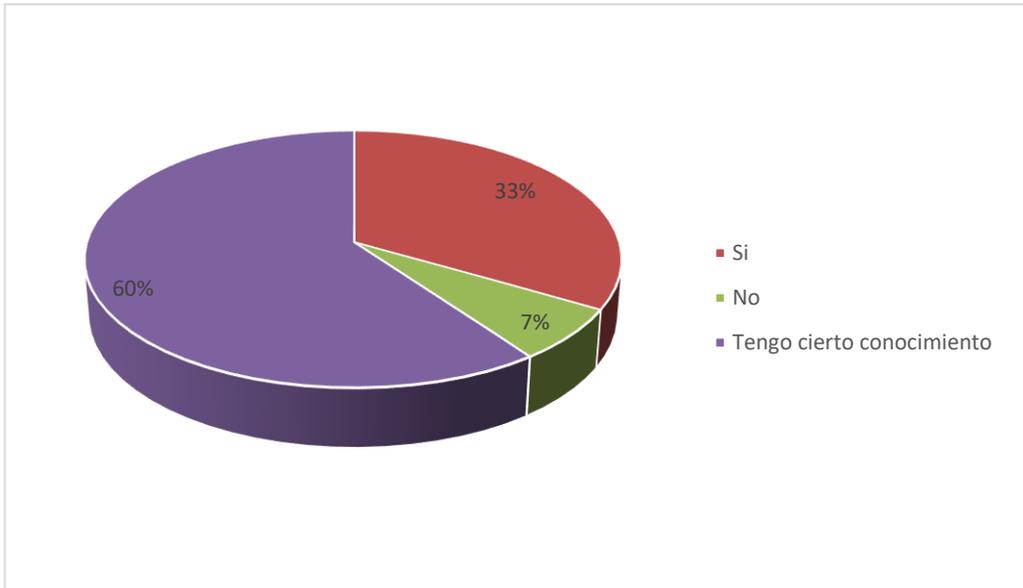


Figura 10. Conoce gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

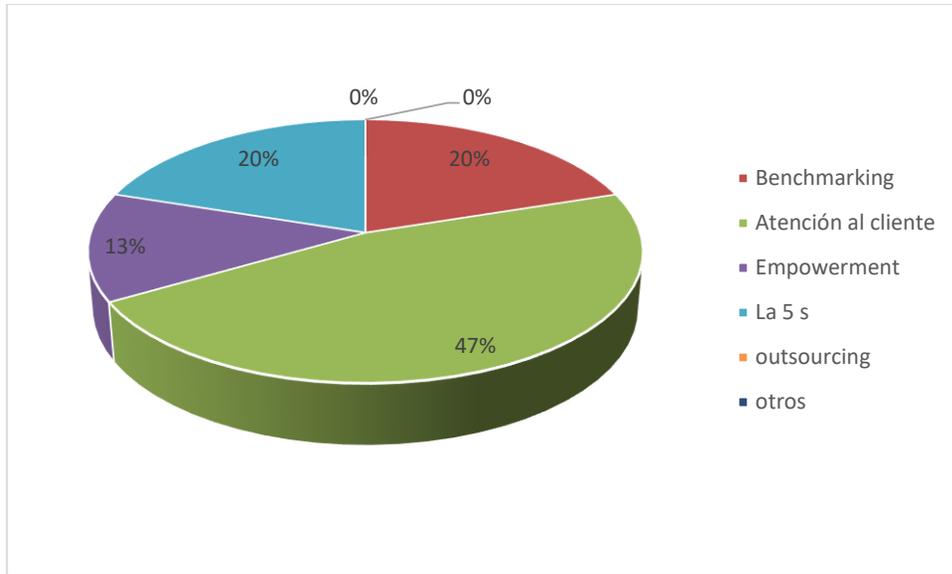


Figura 11. Técnicas de gestión de calidad que aplica

Fuente: Tabla 3

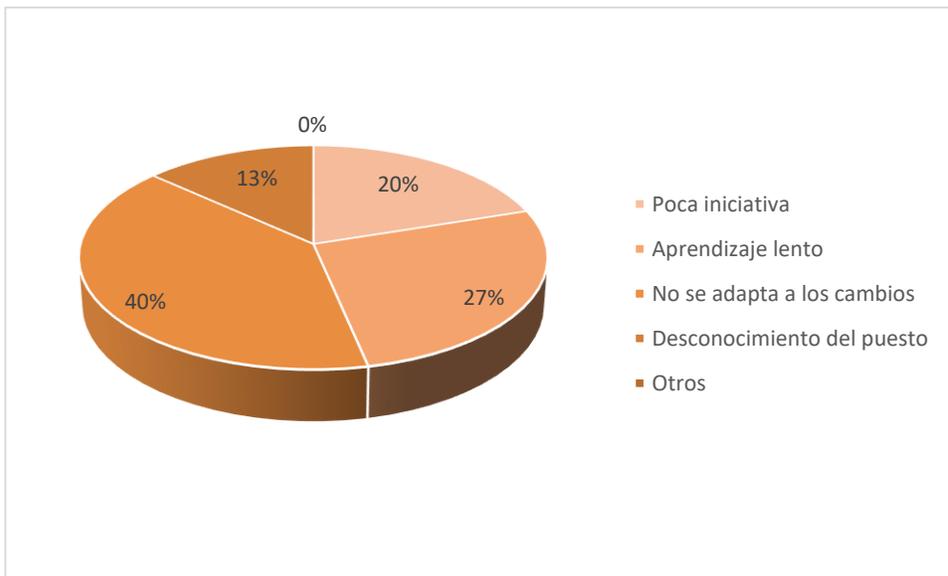


Figura 12. Dificultades de los trabajadores

Fuente: Tabla 3

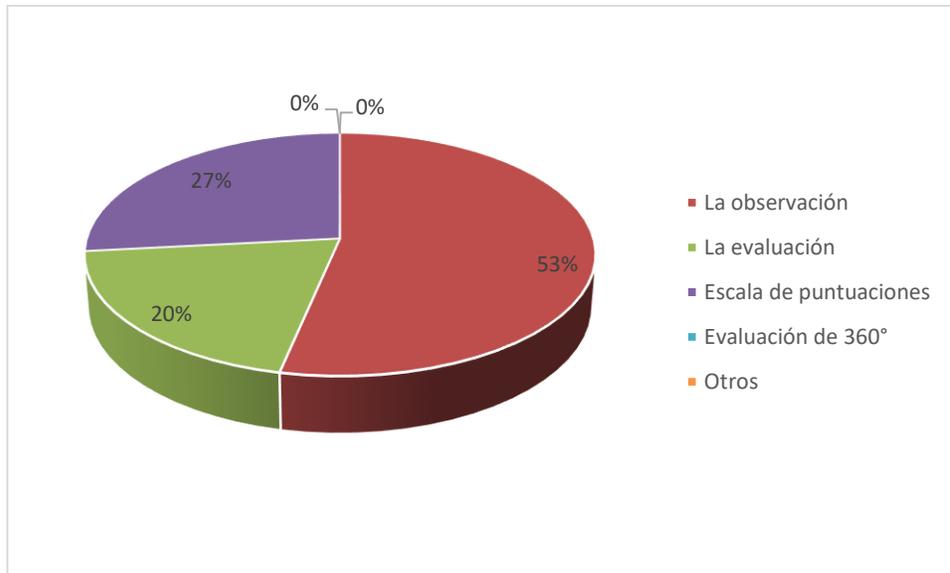


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del trabajador

Fuente: Tabla 3

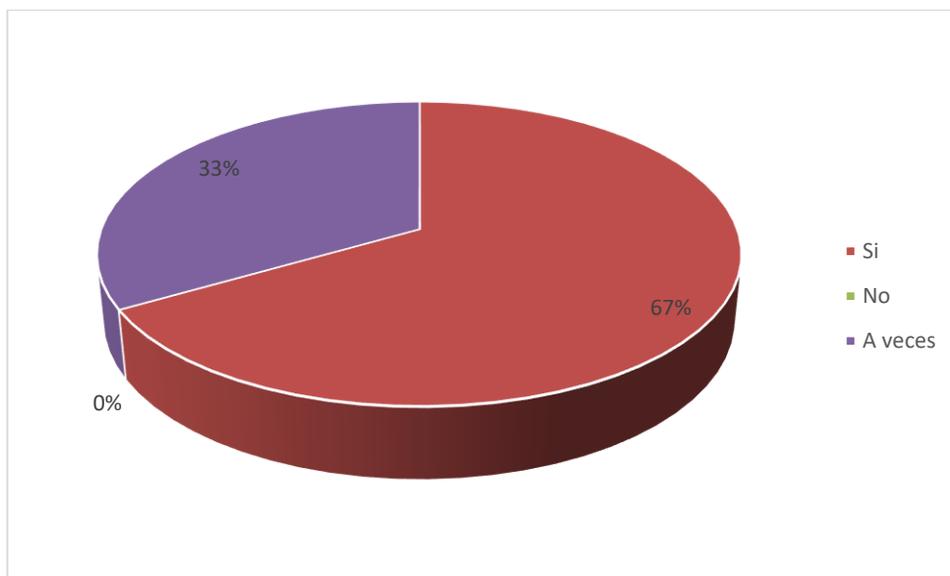


Figura 14. Gestión de calidad contribuye a la mejorara de la MYPE

Fuente: Tabla 3

d) Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas:

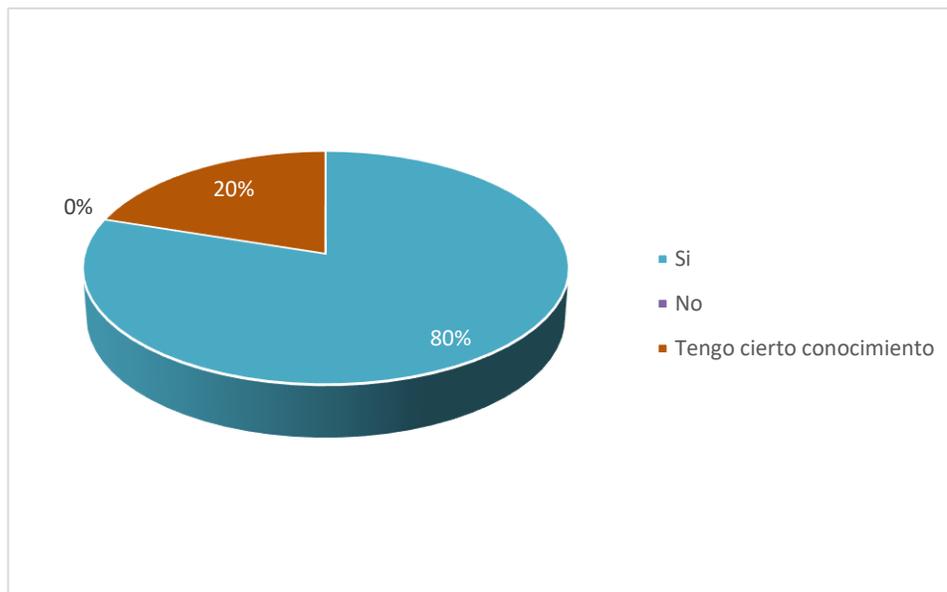


Figura 15. Conocimiento del término atención al cliente

Fuente: Tabla 3

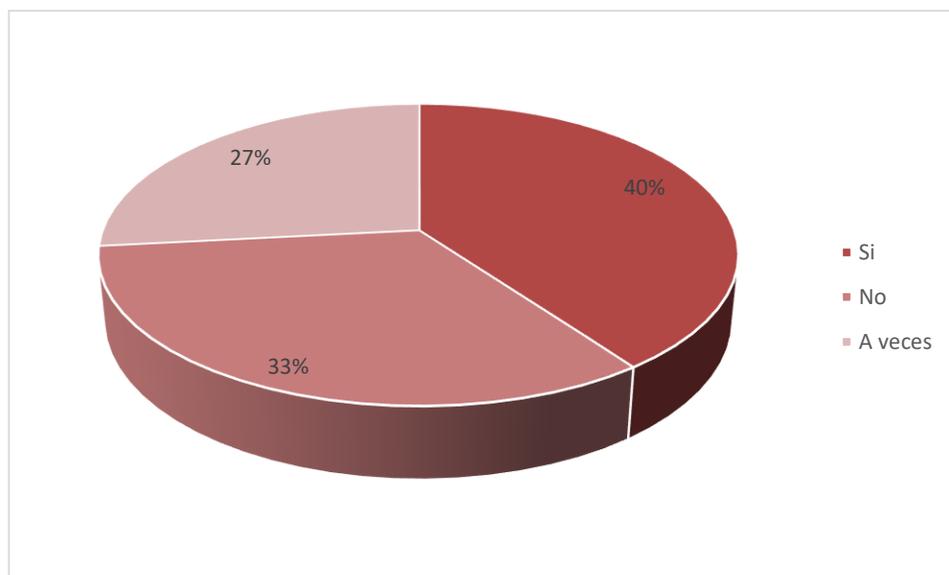


Figura 16. Aplicación de la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

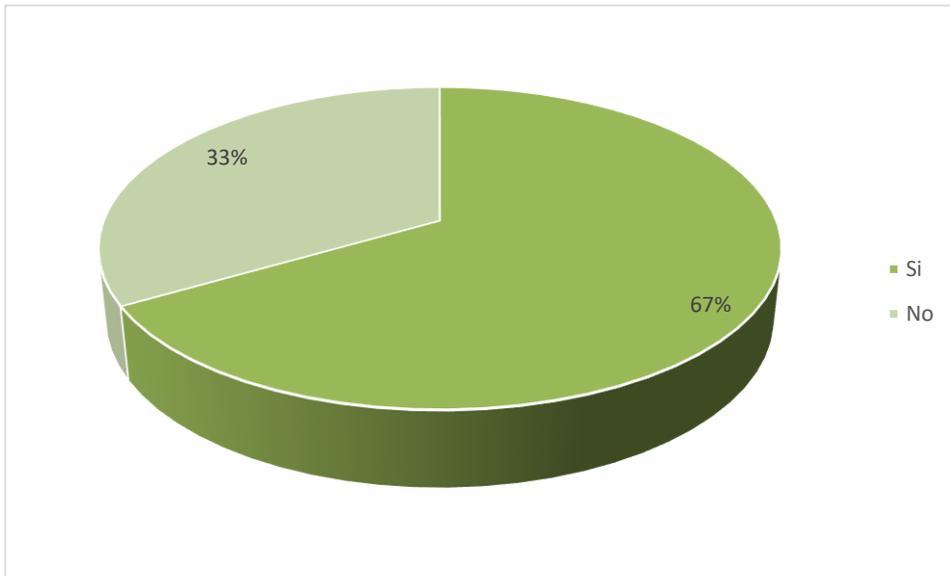


Figura 17. Atención al cliente es fundamental

Fuente: Tabla 3

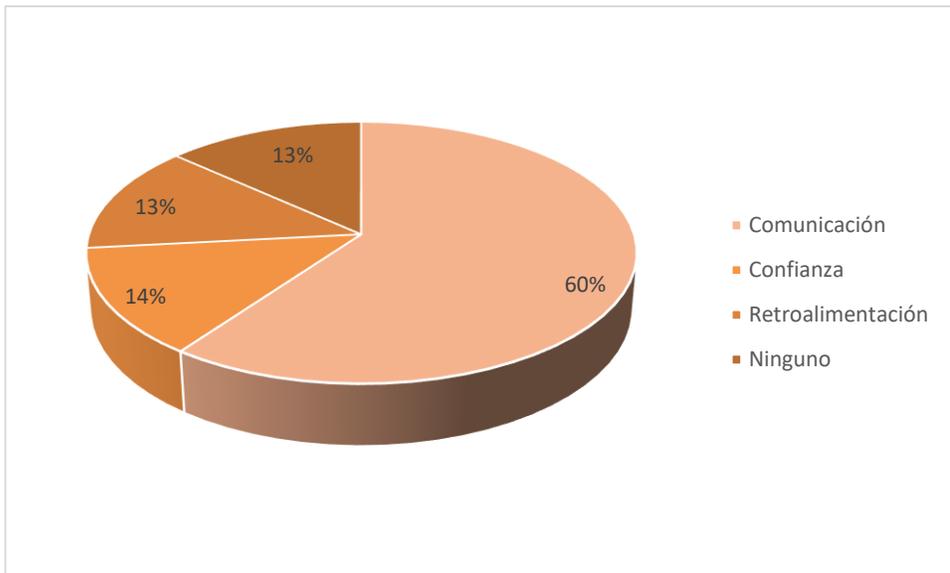


Figura 18. Herramientas utilizadas para un servicio de calidad

Fuente: Tabla 3

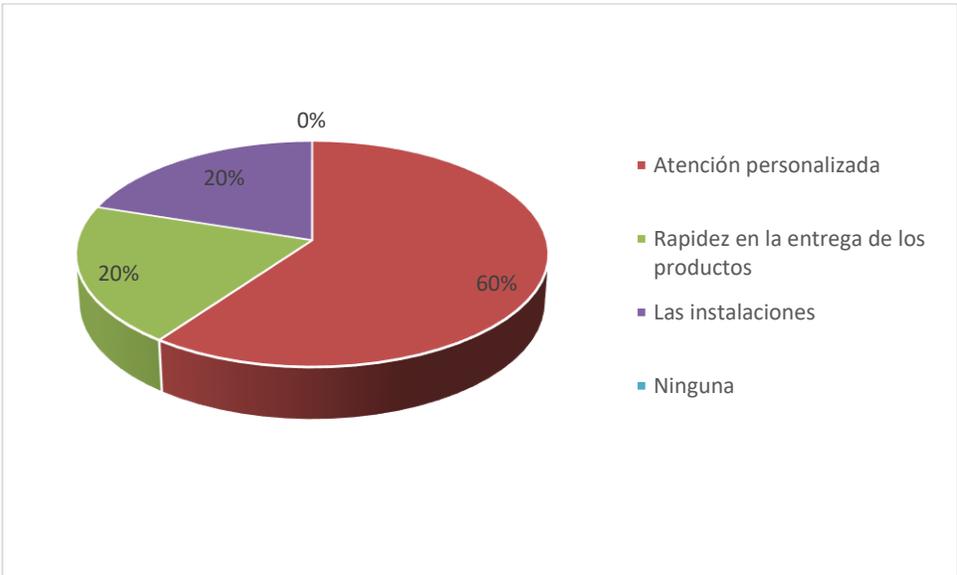


Figura 19. Factores de calidad del servicio.

Fuente: Tabla 3

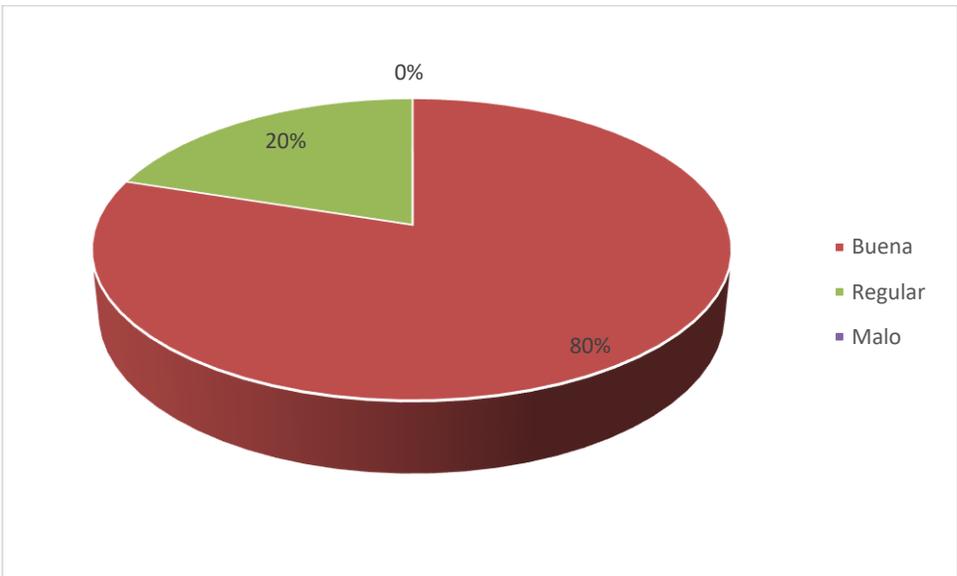


Figura 20. Percepción de la atención al cliente.

Fuente: Tabla 3

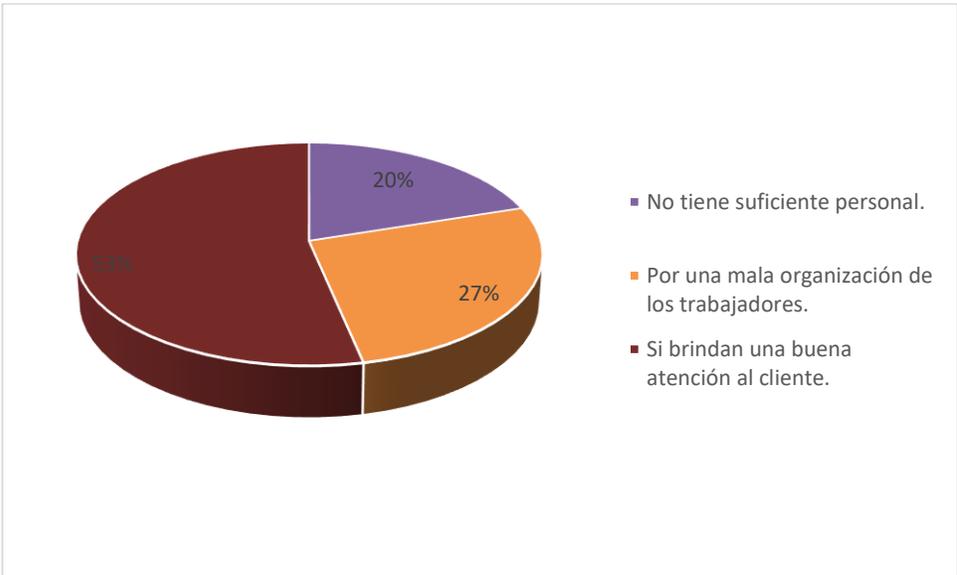


Figura 21. Factores de una mala atención al cliente

Fuente: Tabla 3

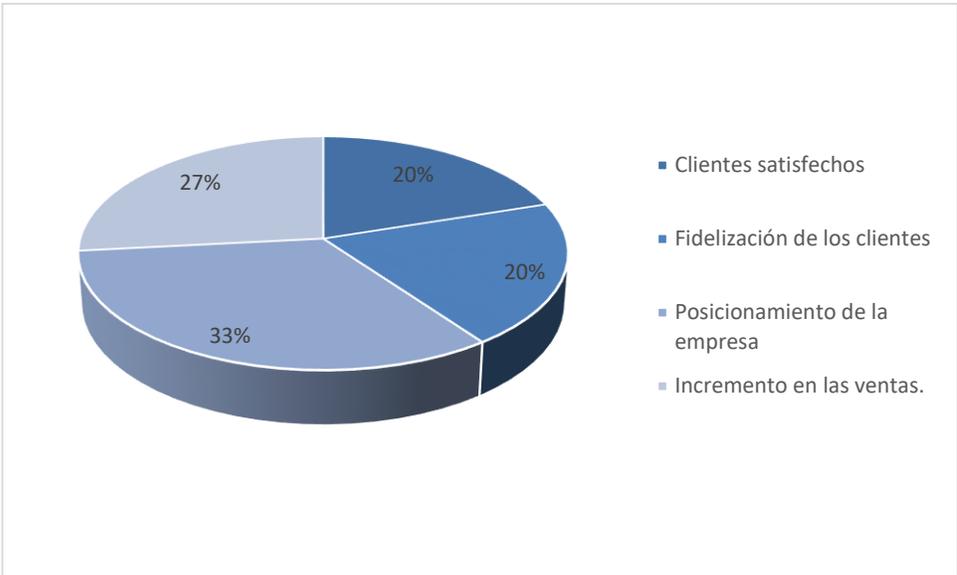


Figura 22. Factores de una buena atención al cliente.

Fuente: Tabla 3

Anexo 7:

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a)

POLLERÍA & PARRILLADAS DELCA`S S.A.C.

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación para optar el Grado de Bachiller en ciencias administrativas denominada: GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO – POLLERIAS, CASCO URBANO DE CHIMBOTE, AÑO 2018

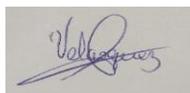
Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas a la gestión de calidad en Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 946 531 519, correo abdiel.matias@hotmail.com o con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Perú: Carlos Enaldo Rebaza Alfaro con celular N° 931116791 y a los Correos: carlosenaldorebazaalfaro@gmail.com y crebazaa@uladech.edu.pe

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.



Velásquez Saucedo José

Nombre del investigador

Firma del investigador

23Sept 2019

Fecha

7:00 pm

Hora

Carlos E. Rebaza Alfaro

Nombre del docente tutor



Firma del docente tutor

Abril 2020

Fecha

Hora