



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO POLLERÍAS
DE LA ZONA CÉNTRICA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE,
2018

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

AUTORA

CORTEZ SANDOVAL, GABRIELA NORHELIA

ORCID: 0000-0002-7447-4693

ASESORA

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Cortez Sandoval, Gabriela Norhelia

ORCID: 0000-0002-7447-4693

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

ASESORA

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

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

JURADO

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5774-9374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda
ORCID: 0000-0002-5774-9374
Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel
ORCID: 0000-0002-7575-3571
Miembro

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio Cerna
ORCID: 0000-0002-5471-4549
Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia
ORCID: 0000-0001-9618-6177
Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su amor y su bondad infinita, permitiéndome sonreír ante mis logros que son resultados de sus bendiciones, por ser quien me encomendó en la vida para no desmayar en todas mis acciones.

Agradezco a mis padres por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años. Gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Es un orgullo y privilegio ser su hija. Son los mejores padres.

Agradezco a mi asesora Mgtr. Elida Adelia Estrada Díaz y Miguel Limo Vásquez por su apoyo, paciencia y conocimiento brindado durante el desarrollo de este proyecto.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por darme la vida y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante este periodo.

A mis Padres porque creyeron en mí y me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega. El amor que me brindan a diario me hizo llegar hasta aquí. Va para ustedes porque lo valen, porque admiro su fortaleza y los amo con todo mi corazón.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: determinar las características de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo , para el recojo de información se utilizó una muestra de 15 micro y pequeñas empresas de una población de 17, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 31% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un promedio de edad entre los 31 y 50 años, el 53% son de género masculino, el 47 % de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 4 a 6 años, el 47 % de los representantes conocen el término gestión de calidad y el 100 % considera que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento. La investigación concluye que, la gran parte de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen cierto conocimiento de gestión de calidad, el personal tiene dificultad para implementar la gestión de calidad porque no se adapta al cambio, pero consideran que brindan una buena atención al cliente porque tiene clientes fidelizados.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de Calidad, Microempresas

ABSTRACT

The present investigation had as a general objective: to determine the characteristics of quality management under the focus on customer service in the micro and small companies of the service sector, item pollerías, of the central area of the Chimbote district, 2018. The research was of Non-experimental design - cross-sectional, for the collection of information a sample population of 15 micro and small companies was used, to which a questionnaire of 23 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 31% of the representatives of micro and small companies have an average age between 31 and 50 years, 53% are male, 47% of micro and small companies have a time of permanence in the field of 4 to 6 years, 47% of the representatives know the term quality management and 100% consider that customer service is essential for this to return to the establishment to. The investigation concludes that, the great part of the representatives of the micro and small companies have some knowledge of quality management, the staff has difficulty to implement the quality management because it does not adapt to the change, but they consider that they provide good attention to the customer because he has loyal customers.

Keywords: Customer Service, Quality Management, Microenterprises

CONTENDO

1. Título de Tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	i
3. Hoja de firma de jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstrac.....	vi
6. Contenido.....	Viii
7. Índice de gráficos y tablas.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura.....	7
III. Hipotesis.....	40
IV. Metodología.....	41
4.1. Diseño de la investigación.....	41
4.2. El universo y muestra.....	41
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	42
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	45
4.5. Plan de análisis.....	45
4.6 Matriz de consistencia.....	46
4.7. Principios éticos.....	48
V. RESULTADOS.....	49
5.1. Resultados.....	49
5.2. Análisis de Resultados:.....	54
VI. CONCLUSIONES.....	62
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	63
Referencias bibliográficas.....	64
Anexos.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distritito de Chimbote, 2018.	49
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018	50
Tabla 3. Característica de Gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad del representante.....	81
Figura 2. Género del representante	81
Figura 3. Grado de instrucción	82
Figura 4. Cargo del representante	82
Figura 5. Tiempo en el cargo del representante.....	83
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	83
Figura 7. Número de Trabajadores	84
Figura 8. Personas que trabajan en la MYPE	84
Figura 9. Objetivo de la MYPE	85
Figura 10. Conocen el término gestión de calidad.....	85
Figura 11. Herramienta de gestión de calidad que aplica	86
Figura 12. Dificultades del personal en gestión de calidad	86
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento	87
Figura 14. Gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa.....	87
Figura 15. La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas	88
Figura 16. Conocimiento de atención al cliente	88
Figura 17. Aplica atención al cliente al servicio que brinda.....	89
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que este regrese al negocio ..	89
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.....	90
Figura 20. Principal factor que utiliza para dar calidad al servicio que brinda	90
Figura 21. La atención que brinda a los clientes.....	91
Figura 22. Motivos de una mala atención al cliente	91
Figura 23. Resultados que logra brindando una buena atención al cliente.....	92

I. INTRODUCCIÓN

En Perú las micro y pequeñas empresas constituyen un factor importante para el crecimiento económico. El ministerio de trabajo y promoción del empleo determinaron que aportan al PBI en un 40% y a la oferta laboral con un 80%, porcentajes que compromete al Perú a contribuir con las mypes debido a que producen mayor fuente de empleo y disminuyen la pobreza, ayudando a mejorar la calidad de vida de la población.

Cabe destacar que la atención al cliente es una inversión que todo empresario debe hacer para el éxito de su negocio; debido a que el servicio que brindan es la variable que les permitirá diferenciarse de manera estratégica; contratando trabajadores competentes, analizando la perspectiva de su negocio hacia los clientes, contando con una infraestructura que haga el servicio más grato. El servicio que ofrecen las mypes es lo que lo diferencia de otras

Las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería confrontan día a día problemas por carencia de estrategia y capacidad para poder captar clientes, respecto a la atención al cliente si tienen conocimiento, pero no conocen las técnicas o la manera de aplicarla, ellos creen que utilizan la técnica de la manera adecuada, pero en realidad solo aplican los conocimientos que ellos tienen.

Estos problemas también ocurren a nivel internacional, en España las micro y pequeñas empresas se ven afectadas en la técnica de atención al cliente debido a que el personal no está capacitado de la manera adecuada para ejercer ese puesto, no cuentan con una estructura de atención al cliente, el servicio de prestación es lento, no

tienen las herramientas necesarias para brindar el servicio e incluso no se abastecen con el personal para poder atender a sus clientes. (Izquierdo, 2017)

El principal problema de atención al cliente en las mypes mexicanas es la falta de herramientas para que los empleados puedan brindar un buen servicio, debido a que no cuentan con la información solicitada por el cliente en el momento preciso; otro problema es la baja motivación por parte de los colaboradores mostrando deficiencia para alcanzar un nivel de servicio de calidad teniendo como resultado un bajo desempeño y la insatisfacción por parte de los clientes (Castro, 2016).

En las mypes de Chile que se desempeñan en el sector servicio, coinciden en que las dificultades se encuentran en la falta de capacitación y la ausencia profesional de algunos trabajadores impidiendo entregar un servicio estándar, también presentan dificultad en los factores culturales como la escasa valoración y el status social debido a sus bajos sueldo, personas que trabajan en lo que no les gusta; impidiendo desarrollarse al 100% en el área en la que trabajan afectando al servicio que ofrecen (Aguirre, 2016).

Las mypes Colombianas no manejan estándares de calidad, siendo este su principal problema debido a que no cumplen con los requisitos que exige el mercado para su servicio; uno de los factores de este problema es la falta de imposición de estándares de calidad durante el proceso de producción, aumentando los defectos al producto y/o servicio que ofrece, el factor mencionado es limitante para que puedan lograr una eficaz gestión de calidad impidiéndole mejorar el control de procesos, producir costos más bajos y lograr satisfacer a los clientes (Dinero, 2018).

Las mypes de Argentina tambien cuentan con deficiencias en el sistema Gestión de calidad las cuales son la falta de capacitación a su personal, insuficencia de emmendar y apreder de los errores cometidos, falta de destresa gerencial, carencia de motivación del recurso humano, disgustación por parte de los clientes con el producto y/o servcio final; dificultando a las mypes cumplir su misión, lograr sus objetivos y alcanzar su pleno potencial (Gonzalez, 2017).

En el Perú las mypes son afectadas por cuatro factores que limitan su crecimiento, uno de ellos es la informalidad que afecta al 39.5% de las empresas, el 34.8% tiene problemas para aceptar el financiamiento, mientras que el 30.6% indicó que uno de los factores es la excesiva organización tributaria. Afectando a la economía porque recordemos que todo factor que sea un riesgo o amenaza para las mypes afectara a la ecconomía del país, debido a que las mypes son un vital aporte para la economía (Gestión, 2016).

En la región Ancash las micro y pequeñas empresas tienen un principal problema que es la calidad del servicio que brindan a los clientes, manisfentadose en la organizaciones mediante la insatisfacción de los clientes al momento de obtener el producto y/o servicio, los clientes analizan la parte interna de las organizaciones detectando como problemática de la mala gestión la falta de desarrollo personal, capacitaciones, motivación, perfeccionamiento y falta de recursos; aspectos que sino son mejorados a tiempo afectan a la organización perdiendo su cartera de clientes. (Vega, 2017)

En el distrito de Chimbote, donde desarrolló el trabajo de investigación, existen micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería que afrontan problemas para poder implementar la gestión de calidad en atención al cliente porque tiene inconvenientes para adaptarse al cambio. Por lo anteriormente expresado se propuso la siguiente pregunta de investigación ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018? Para dar respuesta a la pregunta de investigación se elaboró el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

Para lograr el objetivo general se elaboró los siguientes objetivos específicos: Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018. Determinar las características de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

La presente investigación se justifica porque será de beneficio para los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, debido a que se detectó que no implementan la gestión de calidad con el uso de atención al cliente, se les orientara con el objetivo de que implementen las estrategias necesarias para lograr el crecimiento y permanencia en el rubro.

Así mismo se justifica porque la información que se les brindará a los representantes sobre gestión de calidad con el uso de atención al cliente, servirá para que sean competitivos, tengan un crecimiento y estabilidad en el mercado, ayudando a reducir la tasa de mortalidad de las micro y pequeñas empresas, aumentando el crecimiento y desarrollo económico del país.

Del mismo modo se justifica por ser un tema de interés en los negocios por ende en los estudiantes de nuestra carrera profesional de Administración, para los cuales este material será de gran importancia para adquirir nuevos conocimientos, desarrollo de habilidades y destrezas empresariales.

Finalmente se justifica porque servirá como guía en las próximas investigaciones relacionadas a la implementación de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas y en otros estudios similares en la ciudad, región o país.

En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo, fue no experimental porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad con el uso de atención al cliente; fue transversal porque el estudio de investigación se desarrolló en un espacio determinado teniendo un inicio y un final específico y fue descriptivo porque solo se describió las principales características de las micro y pequeñas empresas, representantes y la variable gestión de calidad con el uso de atención al cliente.

De tal modo que para el recojo de información se empleó una población de 17 micro y pequeñas empresas utilizando una muestra de 15 a quienes se les aplicó un cuestionario conformado por 23 preguntas: las primeras 5 preguntas están designadas

a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas; las 4 siguientes preguntas son designadas a las características de las micro y pequeñas empresas y por último las 14 últimas preguntas están designadas a las características de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

A través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 31% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un promedio de edad entre los 31 y 50 años, el 53% son de género masculino, el 47 % de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 4 a 6 años, el 47 % de los representantes conocen el término gestión de calidad y el 100 % considera que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento. La investigación concluye que, la gran parte de los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas con experiencia de género masculino que tienen un determinado tiempo en el mercado, teniendo cierto conocimiento acerca de la gestión de calidad y aseguran que la atención al cliente es importante para que este pueda regresar a su empresa, y de esa manera puedan obtener mayor rentabilidad.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Medina (2018) en su tesis *Mejoramiento de la atención al cliente de Colombia Pizza*. Tuvo como objetivo general: Contribuir en el mejoramiento del servicio y atención al cliente en Colombia Pizza, poniendo en práctica los diferentes métodos y actividades para lograr la calidad del servicio. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las expectativas que los clientes tienen sobre el servicio adquirido, de la microempresa a sus públicos. Analizar los factores comunicativos que influyen en la prestación del servicio. Seleccionar y estructurar las estrategias de comunicación que permitan abordar las expectativas del servicio. Aplicar las estrategias planteadas para la prestación de un buen servicio. La investigación fue descriptiva – correlacional – cuantitativo, una población muestra de 137 clientes a los cuales se les aplicó un cuestionario de 11 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: El 52.9% considera que encuentra la información necesaria dentro de los materiales de información, el 73.9% demora en el cumplimiento del tiempo de entrega más de 5 a 10 minutos a lo prometido por el personal, el 79,8% coincide con el personal está poco capacitado, el 77.2% que refiere al poco interés que brinda el personal, el 68.4% contestó que a veces se da una atención personalizada al cliente, el 73,3% considera que la cortesía brindada durante el proceso de entrega fue normal, el 69.9% fueron atendidas de manera normal las necesidades concretas del cliente, La confianza es neutral de los clientes a la empresa con el 71.3%, el 84.9% no está satisfecho con el servicio que le brindó la empresa, el 91.4% no está satisfecho a causa de la impuntualidad, El 79.8% señala que se debe mejorar el tiempo de entrega. La

investigación concluye: que el buen manejo de la comunicación dentro de las organizaciones es primordial debido a que esto permite mover a las personas a ser cada día mejores. el trabajo en equipo es un aspecto primordial dentro de la empresa, y para ello la comunicación es un proceso que genera entendimiento entre el personal, es por eso que dentro de las capacitaciones se logró compartir los pensamientos y realizar aportes para trabajar por brindar un mejor servicio.

Jurado (2014) en su tesis *Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito*. Tuvo como objetivo general: Determinar a través de un diagnóstico el nivel de calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurante de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar la situación actual del sector de alimentos y bebidas. Analizar los fundamentos teóricos, alcances y objetivos de la Norma UNE 93200:2008. Evaluar la situación actual y desarrollar un modelo de Carta de Servicios para un restaurante de lujo, que permita determinar el nivel de calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente. Establecer propuestas de solución a las falencias encontradas en la gestión del servicio y atención al cliente. La investigación fue descriptiva - cuantitativa, se utilizó una población de 643 clientes y una muestra de 241, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: el 81% de los clientes opinaron que el estado de las instalaciones es muy bueno, el 64% de los clientes opinaron que la seguridad de las instalaciones es muy buena, el 93% de los clientes opinaron que la apariencia del personal es muy buena, el 92% de los clientes opinaron que el servicio prestado por el restaurante es muy bueno, el 86% de los clientes opinaron que la comida y bebida es muy buena, el

93% de los clientes calificaron como muy buena a la discreción y al respeto dado por el todo el personal, el 82% de los clientes opinaron que el servicio fue rápido y ágil, el 88% de los clientes opinaron que todo el personal de servicio estuvo presto a escuchar y responder sus inquietudes con mucha paciencia y agrado, el 93% de los clientes opinaron que el personal del restaurante estuvo en todo momento preocupado y pendiente de sus solicitudes, el 89% de los clientes calificaron muy bueno al conocimiento del personal, el 89% de los clientes opinaron que el personal les transmitió confianza, el 95% de los clientes calificaron como muy bueno al servicio entregado por el personal, el 86% de los clientes opinaron que el servicio recibido fue personalizado. Y se concluye que la mayoría de clientes calificaron al servicio y la atención como muy bueno, lo que significa que el restaurante cumple con las expectativas de los clientes.

Choez (2017) en su tesis *Influencia de la atención y servicio al cliente en los ingresos del restaurante Asadero Pedro carbo*. Tuvo como objetivo general: Mejorar la calidad del servicio y atención al cliente en el Restaurante Asadero Pedro carbo. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Hacer un estudio de los requerimientos del servicio y atención al cliente para los restaurantes. Diagnosticar la calidad en el servicio y atención al cliente en el restaurante Asadero Pedro carbo. Proponer un plan de mejoras para la calidad del servicio y atención al cliente en el restaurante Asadero Pedro carbo. La investigación fue de diseño descriptiva – exploratoria – explicativa. Se utilizó una población de 360 clientes y una muestra de 35, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 6 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: El 49% lo conoció por amigos que conversaron sobre la comida del restaurante y los dio como referencia, el 57% de la población se encuentra insatisfecho con el acceso. el 66% lo

visita diariamente, al 71% le gusta el paisaje que tiene como vista, al 49% le parece muy buena la comida, el 57% considera regular la atención. Y se concluye que la mayor amenaza es la alta dependencia de la economía ecuatoriana y mediante eso el asadero Pedro Carbo presentó falencias en la atención y servicio al cliente, motivo suficiente para que los clientes eligieran ir con la competencia.

Antecedentes Nacionales

Gaviria (2018) en su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al cliente, sector servicios, Clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha año 2017, y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha. Determinar si las MYPES del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha se encuentran formalizadas. Determinar si las MYPES del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, capacitan a su personal para que brinden mejor calidad de servicio. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, se utilizó una población de 27 micro y pequeñas empresas y una muestra de 25, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: el 64% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad promedio de 40 a 49 años, el 64% es de sexo femenino, el 44% tiene un grado de instrucción empírico, el 80% de las microempresas son formales, el 40% de las micro y pequeñas empresas tienen de 9 a más años en el mercado, el 72% tiene de 5 a 8 trabajadores, el 60% tiene a sus

trabajadores registrados en planilla, el 76% no aplica técnicas de gestión de calidad, el 68% de las empresas no exhibe su misión y visión, el 84% no han estandarizado los procesos clave de la empresa, el 60% de las empresas no tiene definido un plan de negocio, el 84% no aplica técnicas para la solución de problemas, el 52% si cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado, el 52% si capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio, el 88% no tiene establecido un protocolo de atención al cliente, el 84% no recoge sugerencias y tampoco atiende reclamos del cliente, el 52% no evalúa en su personal la actitud de servicio, el 64% no evalúa el nivel de satisfacción del cliente. La investigación concluye: Son negocios dirigidos por microempresarios en el rango de edad de 40 a 49 años (64,0%), en su mayoría del sexo femenino y grado de instrucción empírico 44%, Están formalizados. Sin embargo, en el aspecto laboral, existe un 40% de MYPES que no cumple con mantener en planilla a sus trabajadores, así mismo los microempresarios tienen poco interés en practicar una gestión de calidad, por tal motivo la gestión carece de aspectos técnicos, Existe una planificación del negocio de corto plazo, carecen de plan de negocio, No se aprovecha la ventaja de conformar un clúster en la zona turística de Yarinacocha con los negocios del mismo rubro, No existe preparación del personal para mejorar la experiencia de servicio al cliente, el servicio es variable, No se evalúa su desempeño del personal y Se aprecia un interés pleno en rentabilidad sin enfoque en el cliente. No se evalúa su nivel de satisfacción.

Patroni (2018) en su tesis *La Gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano en las MYPES del sector servicio – rubro restaurantes del Distrito de Huacho, 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso

humano en las mypes del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018, y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio -rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018. Describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018. Describir las principales características de la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018. Describir las principales características con el uso de la capacitación del recurso humano en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, se utilizó una población de 510 micro y pequeñas empresas y una muestra de 116, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 35 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: el 55,17% se encuentra en el rango de edad entre 31 a 50 años, el 52,59% de gerentes y Administradores encuestados son de sexo masculino, el 41,38% de dueños o Administradores encuestados cuentan con estudios superiores universitarios, el 77,59% son los dueños de la mypes, el 46,55% de Dueños o Administradores de las mypes consultadas, el 44,83% viene laborando en el rubro un tiempo de 0 a 3 años, el 74,14% de las mypes en estudio cuentan con un número de personal que va del 1 a 5 trabajadores, el 47,41% están constituidas por familiares, el 87,93% han tenido como objetivo de creación el de generar ganancias, el 87,93% han tenido como objetivo de creación el de generar ganancias, el 62,07% manifestó que el local es alquilado, el 45,69% de empresas cuenta con servicios de agua, luz, desagüe, teléfono e internet, el 95,69% de mypes cuentan con ambientes independizados para su funcionamiento, el 77,59% siempre tiene establecido metas y objetivos en un

periodo determinado, el 56,03% siempre cuentan con políticas y lineamientos de trabajo, el 60,34% siempre ha implementado documentos de gestión, el 56,03% siempre se rigen a sus normas internas, el 50% de estas entrega un servicio acorde y oportuno cuidando la satisfacción del cliente, 53,45% siempre brindan solución ante un problema, el 70,69% refirió que siempre la atención del personal es empática, cordial y amable, el 26,72% realizan muy pocas veces encuestas periódicas a los clientes para recabar opinión del servicio que ofrecen, el 46,55% manifestó que siempre realiza modificaciones en el equipamiento, el 44,83% manifestó que siempre acondicionan la infraestructura del restaurante, el 41,38% manifestó que siempre existe disposición para que el servicio se optime cada vez más, el 34,48% indicó que el personal recibe siempre capacitación de acuerdo a las necesidades para mejorar el servicio brindado, el 37,93% refirió que casi siempre implementan las recomendaciones, el 25,86% indicó que siempre cuentan con una cartera de clientes, el 69,83% siempre realiza un análisis del volumen de ventas, el 34,48% siempre evalúa el nivel de conocimiento sobre el servicio a su personal, el 35,34% siempre identifican nuevos problemas, el 34,48% siempre cuenta con un programa de capacitación anual sobre temas que van en relación al rubro, el 41,38% refirió que el personal siempre cumple con sus funciones asignadas, el 42,24% del personal siempre demuestra compromiso en el trabajo, el 56,90% refirió que siempre existe comunicación fluida, el 48,28% indicó que casi siempre existe coordinación y participación. La investigación concluye: La investigación concluye: Los representantes de las MYPES en su mayoría son adultos y tienen una edad promedio entre 31 a 51 años, predomina el sexo masculino, con estudios superiores universitarios, se desempeñan en la mypes como dueños y como tal se encuentran en el cargo de 0 a 3 años; así mismo En cuanto

al tiempo de permanencia de la empresa en el rubro es de 0 a 3 años, la mayoría cuenta con un número de personal que va de 1 a 5 trabajadores, el objetivo de creación de la empresa es para generar ganancias, en su mayoría las mypes están constituidas como persona natural, la mayoría de mypes funcionan en un local alquilado, ofrecen los servicios de agua, luz, desagüe, teléfono e internet, las mypes tienen establecidos metas y objetivos claros en un periodo determinado, en su mayoría han implementado documentos de gestión. Los procesos desarrollados se rigen a sus normas internas establecidas, la entrega del servicio es acorde y oportuno cuidando la satisfacción del cliente, en su gran mayoría la atención del personal del restaurante hacia los clientes es empática, cordial, amable; muy pocas veces realizan encuestas periódicas a los clientes para recabar información sobre el servicio que ofrecen, existe disposición del personal para que el servicio se optimice cada vez más. En un mediano porcentaje el personal recibe capacitación de acuerdo a las necesidades para mejorar el servicio brindado, en su mayoría se implementan las recomendaciones y sugerencias emitidas por los clientes, son pocas las mypes que cuentan con una 115 cartera de clientes, en su mayoría analizan el volumen de ventas de manera mensual para establecer estrategias de mejora en el servicio y el personal cumple con las funciones asignadas, en su mayoría este demuestra compromiso en el trabajo, existe comunicación fluida entre los representantes y empleados para el logro del objetivo organizacional, asimismo existe coordinación y participación entre los representantes y empleados para la toma de decisiones. La evaluación del nivel de conocimiento sobre el servicio a su personal aún no tiene la importancia adecuada, de la misma manera la identificación de nuevos problemas en el desenvolvimiento laboral de sus empleados

no es importante, en cuanto al programa de capacitación anual sobre temas que van en relación al rubro, no resulta prioritario.

Rojas (2016) en su tesis *La Gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – Rubro restaurantes, del pasaje Olaya, cercado de Lima, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las micro y pequeñas Empresas del sector servicio - rubro restaurantes, del Pasaje Olaya, Cercado de Lima, Provincia Lima y Departamento de Lima, periodo 2016. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes de las MYPES del rubro restaurantes del Pasaje Olaya, Cercado de Lima, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2016. Determinar las primordiales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del Pasaje Olaya, Cercado 3 de Lima, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2016. Determinar si la gestión de calidad influye en los beneficios de las MYPES del sector servicio - rubro restaurantes, del Pasaje Olaya, Cercado de Lima, período 2016. Determinar la relación entre la Dimensión Planificación con los beneficios de las MYPE sector servicios-rubro restaurantes del Pasaje Olaya, Cercado de Lima, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2016. Determinar la relación entre la Dimensión Control con los beneficios de las MYPES sector servicios-rubro restaurantes del Pasaje Olaya, Cercado de Lima, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2016. Determinar la relación entre la Dimensión Mejora Continua con los beneficios de las MYPES sector servicios-rubro restaurantes del Pasaje Olaya, Cercado de Lima, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2016. La investigación fue de

diseño no experimental – transversal, utilizando una muestra poblacional de 20 micro y pequeñas empresas, a las cuales se les aplicó una encuesta de 23 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: el 40% de los representantes de MYPES cuentan con una edad de 18 a 30 años, el 60% de encargados son varones, el 50% de encargados de las MYPES es soltero, el 25% tiene estudios superiores, el 50% son los administradores, el 40% cuenta con 4 a 6 años, el 75% de las MYPES son una empresa formal, el 80% es una empresa de tipo unipersonal, el 40% tiene de 4 a 6 años en el rubro, el 60% son trabajadores permanentes, el 50% empresas son creadas para generar empleos, el 50% de las MYPES si tiene su misión y visión, el 65% de los representantes la gestión de calidad si le aporta a optimizar el rendimiento de su negocio y/o empresa, el 40% establece siempre los objetivos claros y concisos, el 30% siempre se rige por sus políticas establecidas, el 30% casi siempre cuenta con estrategias para alcanzar sus objetivos, el 30% siempre controla la gestión de procesos para la buena gestión de calidad, el 35% siempre controla la gestión de procesos para la buena gestión de calidad, el 40% siempre evalúa la gestión de calidad de los procesos y desempeño de los empleados, el 30% siempre establece condiciones para mejorar el clima laboral, el 30% siempre brinda retroalimentación a los colaboradores, el 30% creen que el desempeño de sus trabajadores es eficiente, el 35% creen que siempre sus colaboradores utilizan el tiempo de su jornada laboral adecuadamente, el 40% creen que dar seguimiento a las actividades para la mejora continua, el 35% creen que la utilización de sus recursos es planificada y ordenada, el 50% mantiene el control de la calidad de los alimentos, el 40% relaciona la productividad con una buena gestión de calidad, el 35% consideran que aumentaron la rentabilidad de su negocio ante las mejoras, el 40% consideran que su atención es eficiente, el 30% consideran que tienen

clientes que visitan frecuentemente su local, el 40% siempre consideran que la mejora continua contribuye a la satisfacción de los clientes, el 40% siempre consideran que la Considera Ud. Que su negocio es sostenible en el tiempo, el 35% siempre consideran que cuentan con un respaldo económico, el 35% considera que la gestión de calidad tiene un buen nivel, el 60% considera que la gestión de calidad tiene relación con los beneficios de las MYPES, el 35% de las MYPES considera que la dimensión planificación tiene relación con los beneficios de las MYPES en un nivel excelente, el 65% de las MYPES considera que la considera que la dimensión Mejora tiene relación con los beneficios de las MYPES en un nivel bueno. La investigación concluye: La mayoría de representantes de MYPES encuestadas pertenecientes al sector servicio - rubro restaurantes del Pasaje Olaya, distrito del Cercado de Lima, son personas jóvenes entre 18-30 años de edad, solteros, con estudios superiores a la secundaria (secundaria, superior no universitario y superior), administradores de empresa durante un tiempo estimado 4-6 años. La mayoría de MYPES encuestadas pertenecientes al sector servicio - rubro restaurantes del Pasaje Olaya, distrito del Cercado de Lima, son empresas formales, unipersonales, que tienen de 4-6 años en actividad en su rubro, con una mayoría en trabajadores permanentes, y su finalidad es la generación de empleo y la obtención de ganancias. La mayoría de MYPES encuestadas pertenecientes al sector servicio - rubro restaurantes del Pasaje Olaya, distrito del Cercado de Lima, tienen sus objetivos claros y concisos, además que la mayoría se rige por sus políticas establecidas. El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestados tienen edad promedio entre 31 – 50 años, el 90% son del sexo masculino, el 90% tienen estudios secundarios y superior universitarios, el 100% son dueños y el 90% tienen entre 4 a 6 más años desempeñando en el cargo. El 90% de las micro y

pequeñas empresas tiene entre 4 a más años de permanencia en el rubro, el 100% son formales, el 100% se creó para generar ganancia, el 90% tiene entre 1 a 3 trabajadores permanentes y el 90% tiene entre 1 a 3 trabajadores eventuales. Los empresarios encuestados manifestaron que: el 60% se ha capacitado en los últimos años, el 60% se ha capacitado entre 1 a más veces, el 80% considera a la capacitación como una inversión, el 80% capacitó a su personal en atención al cliente y el 80% sabe que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades. Llegando a la conclusión que la mayoría (90%) de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen edad que promedia entre 31 a 50 años, son de sexo masculino, tienen estudios secundarios y/o universitarios, son los propietarios de dichas empresas y tienen de 4 años a más desempeñándose en el cargo. La mayoría (90%) de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 años a más de permanencia en el rubro, son formales, se crearon para generar ganancias, tiene de 1 a 3 trabajadores permanentes y de 1 a 3 trabajadores eventuales. La mayoría (60%) se ha capacitado en los últimos años, se ha capacitado entre 1 a más veces, considera a la capacitación como una inversión, capacitó a su personal en atención al cliente y sabe que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades.

Antecedentes Locales

Fernández (2017) en su tesis *La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. el progreso, Chimbote, 2017*. Se plantió el siguiente objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. el progreso, Chimbote, 2017. Y planteó los objetivos específicos. Determinar las principales características de los

representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. el progreso, Chimbote, 2017. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. el progreso, Chimbote, 2017. Determinar las características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. el progreso, Chimbote, 2017. Utilizó como diseño no experimental- transversal – descriptiva, una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas. Obteniendo los siguientes resultados: El 50% de los representantes tiene entre 31 a 50 años, el 80% de los representantes son de género femenino, el 70% de los representantes tiene grado de instrucción secundaria, el 80% del representante desempeñan en el cargo como dueños, el 40% de los representantes desempeñan en el cargo de 7 años a más, el 40% de representantes de MYPE tienen de permanencia en el rubro de 7 años a más, el 100% de representantes de MYPES tienen de uno a 5 trabajadores, el 70% de representantes de MYPES son familiares, el 100% de representantes de MYPES tienen como objetivo de la creación el generar ganancia, el 100% de representantes de MYPES conoce el término gestión de calidad, el 100% de representantes de MYPES conoce el término gestión de calidad, el 100% de representantes de MYPES utiliza la técnica de la observación como medición del rendimiento del personal, el 100% de representantes de MYPES indicaron que la gestión de la calidad mejora la productividad de un negocio, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de la calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, el 100 % de representantes de las Micro y Pequeñas Empresas conocen el vocablo atención al cliente, el 100% de representantes de MYPES aplica el sistema de gestión de la calidad

en los servicios que brinda a su clientela, el 100% de los representantes de las MYPE manifiesta que, es fundamental brindar buena atención a los clientes para que éste regrese a la empresa, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la atención que brinda al cliente es buena, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que brindan una buena atención al cliente, El 100% de Representantes de las MYPES cree que una buena gestión eficaz de las quejas y reclamos permite afianzar una buena relación con el cliente, tanto así que permitirá conseguir información para mejorar la empresa, el 100% de los representantes de las M Y P E admiten que brindar un excelente servicio al cliente permite el posicionamiento y crecimiento de su establecimiento en el mercado. La investigación concluye la mayoría de los representantes de las MYPE que participaron en el estudio, tienen como representantes a los propios dueños, dirigidas por mujeres que desempeñan el cargo más de 7 años, así mismo, son personas adultas que tienen de 31 a 50 años y tienen grado de instrucción secundaria. La totalidad de representantes de las MYPE, tuvieron como objetivo de creación el generar ganancias, tiene de 1 a 5 trabajadores y las personas que laboran en su empresa son familiares; asimismo, la mayoría relativa llevan en el rubro de siete (7) años a más. La totalidad de los representantes de las MYPE, tienen conocimiento del término gestión de calidad, manifiestan que aquello, mejora el rendimiento del negocio, asimismo, indican que ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, así mismo la mayoría conoce de técnicas de medición del rendimiento tales como la observación y la mayoría relativa conoce de liderazgo como técnica moderna de la gestión de calidad, del mismo modo la totalidad conoce el término atención al cliente y vienen aplicando el sistema de gestión de calidad en la atención que brindan a sus

clientes, creen que brindar una excelente atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento, así también creen que la empresa es eficaz cuando atiende y da solución oportuna a los reclamos de los clientes; además consideran que están brindando una buena atención al cliente y manifiestan que brindan una excelente calidad de servicio a sus clientes.

Jauregui (2017) en su tesis *Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote 2014*. Tuvo como objetivo: Determinar las principales características de gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de nuevo Chimbote, 2014, utilizó como diseño de investigación no experimental-transversal-descriptivo, una población de 26 micro y pequeñas empresas y una muestra de 22. Obteniendo como resultado: el 50% de los representantes de las MYPES tienen una edad promedio de 18 a 30 años, el 50% de los representantes son de género masculino, el 37,5% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, tienen instrucción superior no universitaria, el 75% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas son los dueños, el 37,5% de las MYPES tienen más de 07 años en el rubro, el 62,5% de las MYPES tienen entre 1 a 3 trabajadores, el 100% de las MYPES tienen como objetivo maximizar ganancias, el 100% de las MYPES desconocen el término gestión de calidad, el 75% de los representantes de las MYPES utilizan la técnica del liderazgo, el 100% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, aplican el liderazgo democrático, el 100% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, no siguen un plan de negocios estratégico, el 100% de los representantes de las MYPES perciben que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos,

el 100% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, han logrado con la gestión de calidad, ofertar productos de mayor y mejor calidad. Concluyendo que la totalidad de las micro y pequeñas empresas no conocen técnicas de gestión, los que conocen en su mayoría aplican el liderazgo, por lo tanto, se puede decir que la mayoría de las MYPES si aplican gestión de calidad, pero desconocen el término, la totalidad tiene como finalidad maximizar ganancias para apoyar a sus familias, la mayoría tienen una permanencia en el rubro de 07 años, esto les ha permitido posicionarse mejor, así mismo en su mayoría cuentan entre 1 a 3 trabajadores, la mayoría de los representantes de las Mypes son jóvenes ya que tienen una edad que oscila entre 18 a 30 años, cuentan con experiencia significativa en el rubro, la mayoría son de género masculino, son ellos los emprendedores de sus negocios y cuentan con estudios superiores no universitarios, finalmente son dueños propios.

Yzaguirre (2018) en su tesis *Gestión de Calidad en la Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018; Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018 y Describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías

del casco urbano de la ciudad de Chiclayo, 2018. La investigación fue de diseño no experimental – transversal -descriptivo, con una muestra de 12 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, obteniendo como resultados: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años, El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, El 58.33% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior universitario, El 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños de los negocios, El 66.67% de los representantes tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo, El 50% de las micro y pequeñas empresas tiene de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, El 75% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, el 100% de las micro y pequeñas empresas laboran con personas no familiares, el 75% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar rentabilidad, el 58.33% de las micro y pequeñas empresas si conocen el término de gestión de calidad, el 58.33% de las micro y pequeñas empresas aplican como técnica de gestión de calidad la atención al cliente, el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen como dificultad el desconocimiento del puesto, el 50% de las micro y pequeñas empresas miden el rendimiento de su personal con la observación, El 75% de las micro y pequeñas empresas indican que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios, El 66.67% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de calidad si les ayuda a alcanzar sus objetivos y metas, El 91.67% de las micro y pequeñas empresas indican que si conocen el término atención al cliente, El 91.67% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que si aplican la gestión de calidad en los servicios que brindan, El 91.67% de las micro y pequeñas empresas indica que la atención al cliente si es

fundamental para sus negocios, El 83.33% de las micro y pequeñas empresas aplican una buena atención al cliente, El 41.67% de las micro y pequeñas empresas consideran que dan una mala atención por una mala organización de sus trabajadores, El 58.33% de las micro y pequeñas empresas considera como técnicas de atención al cliente el precio justo y razonable, El 91.67% de las micro y pequeñas empresas considera que la empresa es eficiente cuando se atiende los reclamos, El 83.33% de las micro y pequeñas empresas afirman que la atención al cliente les permite el posicionamiento del mercado. La investigación concluye: Referente a los representantes tienen entre 31 a 50 años, están siendo dirigidas por el género masculino, asimismo la mayoría son profesionales universitarios, dueños de sus propios negocios y tienen entre 4 a 6 años de experiencia; referente a las características de las micro y pequeñas empresas cuentan con 4 a 6 años de permanencia en el rubro, a la vez la mayoría absoluta de las MYPES tienen entre 1 a 5 trabajadores, su objetivo de creación es generar ingresos y la totalidad de las MYPES trabajan con personas no familiares en sus negocios y referente a la Gestión de Calidad con el uso de Atención al cliente La mayoría conoce el termino gestión de calidad, aplican como técnicas modernas de gestión la atención al cliente, tienen dificultad para implementar la gestión de calidad debido a que sus trabajadores no tienen conocimiento sobre lo que es gestión de calidad, aplican la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal, manifiestan que la gestión de calidad les ayuda alcanzar los objetivos trazados, consideran como técnicas de atención al cliente el precio justo y razonable, así mismo la mayoría absoluta considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios.

2.2 Bases teóricas de la investigación

Las micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas son negocios que tienen mucha importancia en el desarrollo económico del país. Estos negocios se pueden crear por una sola persona o también pueden asociarse ya sea por una relación familiar o de amistad. Estos negocios funcionan cuando los dueños trabajan hacia un solo objetivo que es obtener ganancias rentables y lograr una buena posición en el mercado. Según dice: Ley 28015 (2003)

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. (p.1)

Según esta ley, todos los negocios tienen que ser inscribirse de acuerdo a ley, no importa la forma que eligió ser constituida de igual manera tiene que registrarse. Estos negocios podrán dedicarse a diferentes rubros, pero esto no cambia la definición y las características de una micro y pequeña empresa, pero las funciones y actividades que realizan si son diferentes, estas se realizaran de acuerdo al rubro que desempeña.

Características de las micro y pequeñas empresas

Las características de las micro y pequeñas empresas se clasifican de dos maneras, una de ellas es por la cantidad de colaboradores que tiene a cargo y según la cantidad de ventas que realice al año. La microempresa puede tener como mínimo 1 y como máximo 10 colaboradores, y deben realizar sus ventas no mayores de 150 UIT. Mientras que la pequeña empresa tiene de igual manera como mínimo 1 y como máximo 50 colaboradores y sus ventas deben ser mayores a 150 UIT y su máximo de cantidad de venta es de 850 UIT (Ley 28015, 2003).

La importancia de las micro y pequeñas empresas en el Perú

Las mype dentro de su categoría nacional o internacional tienen la misma importancia porque se consideran una muestra de desarrollo y crecimiento económico para el país. Lo que sobresale y aumenta su grado de importancia de una micro y pequeña empresa es que tienen la facultad de producir nuevos puestos de trabajo, se ajustan con facilidad a los nuevos cambios, son innovadores y nos ayudan a mantener la seguridad económica. Según Barraza (2014)

Las micro y pequeñas empresas en Perú son componentes muy importantes del motor de nuestra economía. A nivel nacional, las mype brindan empleo al 80% de la población económica activa, genera cerca de 40% del producto bruto interno (PBI). Es indudable que las mype abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre lo más importante cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas de realización personal,

contribuye de forma creciente en aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país. (p. 128)

Hoy en día las micro y pequeñas empresas han dado solución a muchos problemas socioeconómicos que presenta el país como es la falta de empleo y los bajos ingresos. De esa manera se disminuye la pobreza ya que se podrá otorgar empleo a los pobladores de las zonas más humildes. Se podrá disminuir la pobreza conforme las microempresas se posicionen en el mercado y puedan crecer, brindando de esta manera una bienestar y estabilidad económica para las familias de bajos recursos del Perú.

Ventajas de las microempresas

Las ventajas de una micro o pequeña empresa es la suficiencia que tienen para sobreponerse de algún problema o dificultad que esté sucediendo internamente, como también puede ser de manera externa dentro del ámbito de su rubro y/o sector. Mediante las ventajas las microempresas miden las situaciones favorables que van atravesando obteniendo como resultado el desarrollo y posicionamiento en el mercado contando con dos características fundamentales que son liderazgo y diferenciación. Según Jubilación (2018)

Las ventajas de las microempresas es que dinamizan la economía de las naciones, otra de ella es que promueven una mayor transparencia de los mercados, también simplifican y disminuyen los costos de estructura administrativa, así mismo permiten una distribución más democrática de los ingresos, además se adaptan con mayor facilidad a los cambios económicos, asimismo la inversión en su creación es mínima; otra gran ventaja es que tiene

posibilidades de expandirse, pudiéndose convertir en grandes empresas y generan grandes cantidades de empleo.

Todas las ventajas mencionadas son una fortaleza para las micro y pequeñas empresas, ya que es una oportunidad de mejora en su ambiente interno y externo, permitiéndoles convertirse en líderes del mercado, obteniendo como resultado mayores ganancias y del mismo modo contribuyendo con el crecimiento económico del país.

Desventajas de las microempresas

Las desventajas son las dificultades que atraviesan las microempresas en el desarrollo de sus actividades diarias, debido a que no aprovechan sus fortalezas y oportunidades. Todo defecto detectado en el producto y/o servicio que ofrecen es una desventaja ya que impide a las micro y pequeñas empresas destacar en el mercado.

Según Jubilación (2018)

Las desventajas de las microempresas son las dificultades para introducirse en mercados competitivos, no tienen poder de decisión en el medio, asimismo tienen dificultades para acceder al mercado externo, otra de ellas es que los salarios son bajos, no emplean controles de calidad, así como tampoco cuentan con personal especializado y tienen excesiva dependencia hacia los propietarios.

Estas desventajas limitan a las micro y pequeñas empresas, impidiéndoles destacar en el mercado. Pero no olvidemos que estas debilidades corregidas a tiempo se pueden convertir en grandes oportunidades fortaleciendo el crecimiento de la microempresa.

Gestión de Calidad

La Gestión de Calidad no solo se basa en la buena calidad con la que debe contar un producto y/o servicio, sino que debe dar las garantías de que el producto y/o servicio cumpla con los componentes necesarios para poder dar la confianza necesaria al cliente de que le estamos ofreciendo un servicio y/o producto que cumple con la evaluación y mejoras necesarias para lograr una excelente gestión de calidad. Según Cuatrecasas &Gonzales (2017)

La calidad se extiende a toda empresa en su crecimiento conceptual y sus objetivos. No se consideran solo como una característica de los productos y servicios, sino que alcanza el nivel de estrategia global de la empresa, la calidad se convierte en calidad total que abarca no solo a productos, sino a los recursos humanos, al proceso de los medios de producción, a los métodos de organización, etc. En definitiva se convierte en un concepto que engloba a toda empresa y que involucra a todas la áreas de la empresa, incluida la alta dirección, cuyo papel de líder activo en la motivación de la personas y la consecución de los objetivos será fundamental, bajo este entorno surge la gestión de calidad total como una nueva resolución o filosofía de gestión en busca de ventajas competitiva y la satisfacción plena de las necesidades y expectativas de los clientes, se ponen en práctica aspectos como la mejora continua, círculos de calidad, el trabajo en equipo, la flexibilidad de procesos y productos, auto mantenimiento, etc. (p. 20)

Es de vital importancia para las microempresas ya que consiste en las características que contiene el producto, que logran satisfacer las necesidades del cliente. Es por ello que los productos deben tener una evaluación previa es decir antes de ofrecerle al cliente y de esa manera poder detectar si cumple con las características necesarios para lograr el objetivo por el cual fue creado el producto. Hoy en día las microempresas buscan una gestión de calidad a bajo costo y para que puedan lograr ya no realizan la inspección al finalizar el producto, sino lo realizan antes de que se inicie con el proceso; es decir empiezan una elaboración con un planeamiento y proceso de calidad evitando de esa manera producto y/o servicios en mal estado.

Características de la gestión de calidad

Para que una microempresa pueda lograr un producto de calidad debemos tener en cuenta que cada cliente busca una característica en el producto que cumpla con sus expectativas para satisfacer su necesidad. La gestión de calidad no solo consiste en que el producto cumpla con características de calidad sino también tienen que ir de la mano con el recurso humano que labora en la microempresa. Según Cuatrecasa & Gonzales (2017)

A continuación exponemos algunos aspectos relacionados con la gestión de calidad, que deben establecer como características del sistema de calidad, pautas de actuación u objetos para alcanzar, establecimientos de calidad ante todo nivel de calidad y los requerimientos del producto o servicios lo establece y define el cliente, el que decide si el producto o servicio adecuado y verifica si el cumplimiento de las características satisface sus necesidades, es el propio cliente, por tanto, la empresa a de captar su confianza

ofreciéndole la calidad que desea. Información, educación y motivación: no se puede exigir una implicación activa de todos los recursos humanos sin ninguna adecuada información y formación sobre los conceptos de calidad, los objetivos que persigue la empresa. (p. 31)

En una organización para poder cumplir una buena gestión de calidad se debe trabajar en conjunto, es decir tanto representante como trabajadores deben trabajar con estrategias que nos permita lograr el objetivo que es obtener un producto y/o servicio de calidad que no tenga fallas ni deficiencias que mantenga descontento al cliente. Porque el cliente es la motivación más importante en una organización, por el cual se va a mejorar las desventajas que se presente en una organización.

Ventajas de la Gestión de calidad:

La gestión de calidad ayuda a las microempresas a mejorar su imagen de manera interna y externa, logrando un mejor posicionamiento en el mercado, desarrollando de manera eficaz las actividades de la organización. Según Chamorro (2016)

Las ventajas de la Gestión de calidad es que permite controlar el desempeño de los procesos de la organización, mejora la capacitación de los trabajadores de las empresas, su implantación incide positivamente en la satisfacción y fidelización de los clientes, mejora la imagen de los productos y servicios e incrementa la posición competitiva de la empresa.

Estas ventajas son una fortaleza para las microempresas debido a que ayudan a obtener un buen prestigio, adquiriendo mayores clientes y logrando que sus clientes

encuentren en ellos lo que necesitan, sin necesidad de que puedan recurrir a la competencia.

Las normas ISO 90001:

Esta norma va dirigida a la calidad que utilizan las organizaciones, para poder evaluar desde la fase inicial hasta la fase final de su producto y servicio que ofrecen al cliente, de esa manera poder comprobar que cumple con los requisitos de una gestión de calidad que tiene establecido esta norma. Según Cortés (2017)

Para las empresas las normas ISO son herramientas estratégicas que reducen costes, minimizando los excedentes y los errores mejorando la productividad. Además, ayudan a las organizaciones en el acceso a nuevos mercados y nivelan las condiciones para que todos los organismos compitan con las mismas reglas de juego. (p.30)

Las normas ISO ayuda a las organizaciones a que puedan satisfacer las necesidades de sus clientes brindándoles una calidad certificada, de este modo el cliente sentirá confianza hacia la organización.

Objetivos de la norma ISO 9001:

Esta norma tiene como finalidad verificar los estándares de calidad del producto y servicio que ofrecen para poder evaluar lo que se la va entregar al cliente. De esta manera se va a poder comprobar la suficiencia que tiene para cumplir con los requisitos dictaminados. Según Gonzales & Arciniegas (2016)

El principal objetivo de la norma ISO asegurarse de la calidad que se utiliza en el producto y servicio, para poder demostrar la capacidad de la empresa

para suministrar su producto o servicio conforme a un diseño establecido o suministrado por el cliente, que se proponen para lograr la satisfacción del cliente, evitando la no conformidad en todas las etapas desde el diseño, la producción, hasta el servicio de posventa. (p.29)

Este objetivo da como resultado la satisfacción del cliente, a través de la mejora constante, las microempresas que la utilicen, van a poder darle la confianza al cliente de que les ofrecen productos y servicios de acuerdo a sus necesidades y de alta calidad.

Atención al cliente

Es el servicio que las micro y pequeñas empresas entregan al momento de ofrecer, vender, brindar información sobre su producto y/o servicio a sus clientes. La atención al cliente es el trato directo que se da entre el cliente y el personal de esta área. Según Torres (2018)

Es el servicio que prestan las empresas que ofrecen servicio y/o comercialización de productos a los clientes para la satisfacción de sus necesidades, entre ellas es realizar quejas, reclamaciones o sugerencias, también expresar inquietudes o dudas sobre el producto o servicio adquirido, así mismo requerir información adicional y hacer uso del servicio técnico. (p. 10)

La atención al cliente es el servicio que se brinda antes, durante y después de la venta del servicio y/o producto. Se puede realizar de diversas formas como puede ser vía llamada, presencial, online.

Información al cliente

Las micro y pequeñas empresas buscan entender a sus clientes identificando información necesaria para evaluar sus necesidades y poder buscar las estrategias adecuadas para satisfacerlas, logrando que el cliente se sienta escuchado y visualice que se le está dando solución a su reclamo. Según Arenal (2018)

La información que deben identificar son las quejas, que es un problema para las microempresas puesto que manifiesta insatisfacción de los clientes lo cual indica que el sistema de gestión de la calidad no ha alcanzado sus objetivos, las reclamaciones que es la manifestación escrita de una queja, y por último el cuestionario de satisfacción es un estudio que sirve para medir que tan satisfechos están los clientes. (p. 7)

Las quejas también son una fortaleza para la organización, brindándoles la información para poder corregirlas y lograr obtener clientes satisfechos, también las reclamaciones es un procedimiento en el cual los clientes manifiestan el problema que obtuvieron con el producto y/o servicio adquirido. Si se le presenta solución a los aspectos mencionados conseguiremos clientes satisfechos obteniendo la fidelización ya que se darán cuenta que su opinión sí importa.

Elementos de Atención al cliente

Dentro de estos elementos se pudo identificar a tres importantes: el entorno, considerado por aquellos elementos físicos o de accesorio que sirven para la puesta de funcionamiento de la atención, para ello tener en cuenta la opinión del cliente siempre será un factor decisivo para su satisfacción, como segundo elemento se encuentra la Organización, conformado por elementos intangibles, que permiten satisfacer al

cliente y por último los empleados, el elemento principal que necesario para la relación con los clientes, normalmente los empleados vienen a ser la imagen de la empresa, debido a que dependerá de la imagen que se lleven del empleado, se tendrá identificado el de la empresa. (Torodo, 2014)

Comunicación y atención al cliente

Comunicar y atender al cliente, no siempre suele ser una tarea fácil, se tiene que tener en cuenta que no todos los clientes son iguales, y cada uno tiene diferentes comportamientos, por ello, saber comunicar y atender, suele ser un arte en muchas empresas. Según Díaz (2014)

Para cualquier empresa la atención al cliente es una pieza fundamental para cualquier mediana o pequeña empresa. Tan fundamental es para la compañía, que constituye una mayor parte de planificación estratégica. Lo necesario para realizar una buena estrategia de atención al cliente. Se deben aplicar las técnicas eficaces por medio de los procesos de comunicación e información, conocer qué obstáculos nos podemos encontrar en una comunicación básica (por diferencias culturales, sociales, etc.), son los respectivos puntos fuertes que tratar y débiles de la comunicación, realizar una comunicación eficaz. Pero de poco va a servir todo lo anterior si no realizamos una escucha activa con nuestro cliente. (p.13)

Definición del CRM (Customer Relationship Management):

Es un instrumento que va dirigido al cliente con el fin de lograr una buena relación con los clientes y mejorar la atención que les brindan. Se logrará una atención

personalizada debido a que se conocerá la necesidad de cada cliente. Según García (2018)

Es una herramienta interna de la empresa (Gestión de relaciones de los clientes), que servirá para administrar cualquier conversación que mantenga con los contactos, clientes y ventas. A través de este sistema se consigue que toda la información como llamadas, correos electrónicos o reuniones permanezcan organizado, es decir es utilizado para administrar sus relaciones con los clientes.

Con el CRM se crea una base de datos para que las microempresas de manera detallada puedan tener el registro de compras, teléfono, dirección entre otra información de sus clientes y puedan atender la necesidad de cada cliente.

Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente

Las funciones no son las mismas para todas las micro y pequeñas empresas, se diferencian según el rubro y/o servicio al cual se dediquen. Pero de ellas dependerá lograr satisfacer al cliente con el producto o servicio que se le está vendiendo. Según Pacheco (2016)

Las principales funciones que realizan son la recepción, tramitación y seguimiento de reclamaciones, quejas y consultas, otra de ellas es que son nexo de unión entre la entidad y los clientes, también proporcionan información a los clientes y no clientes acerca de productos y servicios comercializados, así mismo transmite los valores de la entidad financiera y la elaboración de estadísticas e informes a la entidad acerca de aspectos como

la satisfacción del cliente, la acogida de los productos o servicios por los clientes. (p. 107)

Las funciones del área de atención al cliente son muy importantes para la empresa, debido que en esa área se detectarían las dificultades que tiene la microempresa y en la misma área mencionada se solucionarían para poder lograr satisfacer al cliente. Obteniendo beneficios para la microempresa como es la fidelización de los clientes, la diferenciación con otras microempresas del rubro, la expansión en el mercado.

Tratamiento al cliente

Para poder lograr una buena atención al cliente se tiene que dar un buen trato al cliente y no solo atenderlo pensando en el objetivo de vender su producto y/o servicio. Según Pacheco (2016)

El cliente es el centro de atención en el desarrollo de una actividad económica y el cliente no es un problema, ni una queja, ni una reclamación; es una persona y como tal hay que tratarla, con el valor de quien hace posible la actividad financiera. El empleado ha de ser consciente de que él también es una persona, no una máquina, que siente y padece, con sus fortalezas y debilidades, virtudes y defectos. (p. 190)

En las micro y pequeñas empresas se debe tener presente que siempre el cliente va ser la prioridad, se le debe tratar con respeto, tiene que sentirse seguro de que se buscare las estrategias necesarias para poder lograr satisfacer sus necesidades.

2.3. Marco Conceptual

Las micro y pequeñas empresas

Son organizaciones constituidas por una a más personas que pueden ser familiares o no familiares para prestar un servicio o vender un producto para poder satisfacer las necesidades de los clientes y de esa manera contribuir con la economía del país. Su constitución puede ser cualquier modalidad que figure en la legislación vigente.

Gestión de Calidad

Es un proceso o sistema que ejecuta una empresa para reunir o integrar todos los recursos que se tendrán que utilizar para realizar una calidad deseada, del mismo modo tendrá que potenciar a su personal, para poder lograr el objetivo que es ofrecerles a los clientes un producto y/o servicio de máxima calidad, teniendo en cuenta la satisfacción del cliente y las necesidades que tienen.

Atención al cliente

Tiene a ser la forma, manera y presentación, que se le da al producto o servicio, al llegar al consumidor. Se da antes, durante y después de que el cliente adquiera el producto y/o servicio. Para ello se debe contar con un personal capacitado, que cumpla con un perfil de acuerdo al adecuado servicio y atención que se le tiene que dar al cliente.

Cliente

Persona a quien se trata de satisfacer sus necesidades, y la cual tiene el poder adquisitivo para comprar el producto o servicio que se brinda, cabe destacar que los clientes no suelen ser solo las personas, si no también, instituciones o empresas, dependiendo del rubro en que ejerza sus actividades como negocio.

CRM:

Es un instrumento o herramienta de estrategia a atención al cliente que les permite a las micro y pequeñas empresas conocer de manera detallada las necesidades de sus clientes, esto dará como resultado una relación más estrecha con ellos, con el propósito de incrementar la fidelización a través de una atención personalizada.

III. HIPÓTESIS

En la presente investigación: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018, no se planteó hipótesis por ser una investigación de nivel descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño de investigación no experimental – transversal – descriptivo.

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad con el uso de atención al cliente, solo se observó tal y como se presenta en la realidad.

Fue transversal porque el estudio de investigación: Gestión de Calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018 se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un final específicamente en el año 2018.

Fue descriptivo porque solo se describió principales características de la Gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

4.2. La población y muestra

Población

Se utilizó una población de 17 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo. (Ver anexo 3)

Muestra

Se utilizó una muestra de 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018. Solo participaron las micro y pequeñas empresas que brindaron información para realizar el trabajo de investigación. (Ver anexo 3)

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.	Son las personas o encargados que dirigen y administran las micro y pequeñas empresas encuestadas.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una serie de características como son edad, género, grado de instrucción, cargo que desempeña, tiempo se desempeñó en el cargo.	Edad	- De 18 a 30 años - De 31 a 50 años - De 51 a más años	Cuantitativa
			Género	- Masculino - Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	- Primaria - Secundaria - Superior - Universitario - Superior no universitario - Sin instrucción	Ordinal
			Cargo que desempeña	- Dueño -Administrador	Nominal
			Tiempo que desempeña en el cargo	- De 0 a 3 años - De 4 a 6 años - De 7 años a más	Cuantitativo
Perfil de las micro y pequeñas empresas	Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización empresarial	Las micro y pequeñas empresas tiene como características el tiempo de permanencia, número de trabajadores, personas que trabajan en la empresa y el	Tiempo de permanencia en el rubro	- De 0 a 3 años - De 4 a 6 años - De 7 a más años	Cuantitativo
			Número de trabajadores	- De 1 a 5 trabajadores - De 6 a 10 trabajadores De 11 a más trabajadores	Cuantitativo

	contemplada en la legislación vigente.	objetivo de la empresa.	Personas que trabajan en la empresa	- Familiares - No familiares	Nominal
			Objetivo de la empresa	- Generar ganancias - Subsistencia	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
La gestión de calidad	Son las actividades empresariales, bien planificadas y correctamente controlada, orientadas hacia la mejora de un producto; todo esto se realiza para obtener una alta calidad en los productos que se ofrecen.	La gestión de calidad tiene como características técnicas modernas de gestión, dificultades de gestión, técnicas para medir el rendimiento del personal, la mejora del rendimiento y el alcance de los objetivos.	Conoce la gestión de calidad	- Si - No Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Técnicas modernas de gestión de calidad	- Benchmarking - Atención al cliente - Empowerment - La 5 S - Outsourcing - Otros - Ninguno	Nominal
			Dificultades para la gestión de calidad	- Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros	Nominal
			Técnicas para medir el rendimiento personal	- La observación - La evaluación - Escala de puntuaciones - Evaluación 360° - Otros	Nominal

			La gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal
			La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
Atención al cliente	Es un servicio que produce las empresas que prestan servicios o que comercializan los productos con todo su cliente	La atención al cliente tiene como características la aplicación en el servicio que brinda, herramientas para un servicio de calidad, principales factores del servicio de calidad, causas de una mala atención, resultados de una buena atención.	Conoce el término atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No Tengo cierto conocimiento 	Nominal
			Aplica atención al cliente al servicio que brinda	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal
			La atención al cliente es fundamental	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal
			Herramientas para un servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Confianza - Retroalimentación - Ninguno 	Nominal
			Principal factor para dar calidad de servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Atención personalizada - Rapidez en la entrega de productos - Las instalaciones Ninguna 	Nominal
			La atención que brinda a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Buena - Regular - Malo 	Nominal

			<p>Causas de una mala atención al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - No tiene suficiente personal - Por una mala organización en los trabajadores - Si brindan una buena atención al cliente 	Nominal
			<p>Resultados de una buena atención al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clientes satisfechos - Fidelización de clientes - Posicionamiento de la empresa - Incremento en las ventas 	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario estructurado con 23 preguntas las cuales están distribuidas en tres partes: Las 5 primeras preguntas están referidas a los datos de la característica de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas , las 4 siguientes preguntas están referidas a las características de las micro y pequeñas empresas y las 14 últimas preguntas están referidas a las características de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente. (Ver anexo 4).

4.5. Plan de análisis

Después de la aplicación del cuestionario a través de la técnica de la encuesta se utilizó el programa Microsoft Excel para el procesamiento de la información y elaboración de las tablas y figuras estadísticas; así mismo se utilizó el programa Word para la redacción del trabajo de investigación, además se utilizó el programa PDF para

la presentación final de la investigación, también se utilizó el programa Power Point para la elaboración de la ponencia de la investigación y se utilizó el programa anti plagio turnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnica e instrumento
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018?	<p>Objetivo general Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>Objetivos específicos Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de</p>	Gestión de Calidad con el uso de Atención al cliente.	Se utilizó una población de 17 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018, La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo. Se utilizó una muestra de 15 micro	<p>Diseño: No experimental – transversal – descriptivo</p> <p>No experimental: porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable, solo se observó tal y como se presenta en la realidad.</p> <p>Transversal: porque el estudio de investigación se desarrolló en un espacio de tiempo</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario estructurado</p>

	<p>la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.</p>		<p>y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018. Solo participaron las micro y pequeñas empresas que brindaron información para realizar el trabajo de investigación.</p>	<p>determinado teniendo un inicio y un final específicamente en el año 2018.</p> <p>Descriptivo: porque solo se describió principales características de la Gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.</p>	
--	---	--	--	---	--

4.7. Principios éticos

Protección a las personas: A las personas que colaboraron brindando información se les respeto sus derechos fundamentales, su dignidad humana, su identidad, la confidencialidad y su privacidad.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Se envió el informe final por medio del campus virtual y solo imprimiendo el documento final necesario.

Beneficencia y no maleficencia: Se les aseguró el bienestar de las personas que nos ayudaron en nuestra investigación y no se les causo ningún daño.

Justicia: Se trató equitativamente a todas las personas que participaron brindando información para el proceso de mi investigación.

Integridad científica: Se mantuvo la integridad científica ya que se declaró los conflictos de interés en la investigación, además no se declararon daños a las personas que me apoyaron en mi investigación.

Libre participación y derecho a estar informado: Todas las personas que ayudaron en mi investigación lo hicieron con todo su el consentimiento, utilizando su información solo para fines específicos establecidos en mi informe.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

Datos generales:	n	%
Edad		
18 - 30 años	5	33.33
31 - 50 años	8	53.33
51 a más años	2	13.33
Total	15	100.00
Género		
Masculino	8	53.33
Femenino	7	46.67
Total	15	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	0	0.00
Superior no universitaria	6	40.00
Superior universitaria	9	60.00
Total	15	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	4	26.67
Administrador	11	73.33
Total	15	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	4	26.67
4 a 6 años	6	40.00
7 a más años	5	33.33
Total	15	100.00

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

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

De la empresa	n	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el mercado (años)		
0 a 3 años	2	13.33
4 a 6 años	7	46.67
7 años a más	6	40.00
Total	15	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5	2	13.33
6 a 10	9	60.00
11 a más	4	26.67
Total	15	100.00
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	1	6.67
No familiares	14	93.33
Total	15	100.00
Objetivo de la empresa		
Generar ganancias	9	60.00
Subsistencia	6	40.00
Total	15	100.00

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

Tabla 3

Características de Gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

Gestión de calidad con el uso de atención al cliente	n	%
Término gestión de calidad		
Si	6	40.00
No	2	13.33
Tengo cierto conocimiento	7	46.67
Total	15	100.00
Técnica de gestión que aplica		
Benchmarking	2	13.33
Atención al cliente	5	33.33
Empowerment	2	13.33
Las 5S	4	26.67
Outsourcing	2	13.33
Otros	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	15	100.00
Dificultades del personal en gestión de calidad		
Poca iniciativa	3	20.00
Aprendizaje lento	4	26.67
No se adapta a los cambios	5	33.33
Desconocimiento del puesto	3	20.00
Otros	0	0.00
Total	15	100.00
Técnicas para medir el rendimiento		
La observación	6	40.00
La evaluación	2	13.33
La escala de puntuaciones	3	20.00
Evaluación 360°	4	26.67
Otros	0	0.00
Total	15	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de Gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

Gestión de calidad con el uso de atención al cliente	n	%
Gestión de calidad mejora el rendimiento		
Si	8	53.33
No	3	20.00
A veces	4	26.67
Total	15	100.00
La gestión de calidad ayuda alcanzar objetivos y metas		
Si	15	100.00
No	0	0.00
Total	15	100.00
Conocimiento de atención al cliente		
Si	7	46.67
No	3	20.00
Tengo cierto conocimiento	5	33.33
Total	15	100.00
Aplica atención al cliente al servicio que brinda		
Si	9	60.00
No	0	0.00
A veces	6	40.00
Total	15	100.00
La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento		
Si	15	100.00
No	0	0.00
Total	15	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de Gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

Gestión de calidad con el uso de atención al cliente	n	%
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	4	26.67
Confianza	6	40.00
Retroalimentación	5	33.33
Ninguno	0	0.00
Total	15	100.00
Principal factor que utiliza para dar calidad al servicio que brinda		
Atención personalizada	6	40.00
Rapidez en la entrega de los productos	5	33.33
Las instalaciones	4	26.67
Ninguna	0	0.00
Total	15	100.00
La atención que brinda a los clientes es		
Buena	9	60.00
Regular	6	40.00
Malo	0	0.00
Total	15	100.00
Motivos de una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	3	20.00
Por una mala organización de los trabajadores	3	20.00
Si brinda una atención al cliente	9	60.00
Total	15	100.00
Resultados que logra brindando una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	3	20.00
Fidelización de los clientes	5	33.33
Posicionamiento de la empresa	3	20.00
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 pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

5.2. Análisis de Resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

Edad de los representantes: el 53% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad, lo cual coincide con Yzaguirre (2018) quien determina que el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años, a su vez coincide con coincide con Gaviria (2018) quien obtuvo como resultado que el 64% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 40 a 49, así mismo coincide con Patroni (2018) quien determina que el 55.17 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años, también con Fernandez (2017) quien obtuvo como resultado que el 50 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años. Pero contrasta con los resultados obtenido por Jauregui (2017) quien determina que el 50 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 18 a 30 años, también contrasta con los resultados obtenido por Rojas (2016) quien determina que el 40 % de los representantes tienen entre 18 a 30 años. Esto demuestra que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad, los cuales cuentan con un perfil laboral con experiencia.

Género de los representantes: el 53% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, lo cual coincide con Yzaguirre (2018) quien determina que el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, así mismo Rojas (2016) determina que el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, también coincide con los resultados obtenidos por Patroni (2018) quien determino que el 52.29% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, su vez coincide con Jauregui (2017) quien determina que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. Pero contraste con Fernandez (2017) quien determina que el 80% son de género femenino y por último contrasta con Gaviria (2018) quien determina que el 64% de los representantes de las micro y

pequeñas empresas son de género femenino. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro pollerías son dirigidas por personas del género masculino.

Grado de instrucción de los representantes: el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior universitaria, lo cual coincide con el resultado obtenido por Yzaguirre (2018) quien manifiesta que el 58.33% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior universitaria, a su vez Patroni (2018) manifiesta que el 41.38% de los representantes cuentan con un grado de instrucción superior universitaria, así mismo coincide con Rojas (2016) quien manifiesta que el 25% tienen un grado de instrucción superior universitaria. Pero contrasta con los resultados obtenidos por Fernandez (2017) quien manifiesta que el 70% de los representantes tienen un grado de instrucción secundaria y por último contrasta con Gaviria (2018) quien manifiesta que el 44% de los representantes tienen un grado de instrucción no universitaria. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro pollerías tienen un grado de instrucción superior universitaria, lo cual cuentan con los conocimientos necesarios para administrar su negocio.

Cargo que desempeñan: el 73.33% de los representantes se desempeñan en el cargo de administradores, lo cual coincide con los resultados obtenidos por Rojas (2016) quien determina que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas se desempeñan en el cargo de administradores. Pero contrasta con Fernandez (2017) quien manifiesta que el 80% de los representantes se desempeña en el cargo de dueño, así mismo contrasta con Patroni (2018) quien manifiesta que el 77.59% de los representantes de las micro y pequeñas empresas se desempeñan en el cargo de dueños, a su vez contrasta con Yzaguirre (2018) quien manifiesta que el 66.67% se desempeña en el cargo de dueños, por último contrasta con Jauregui (2017) quien manifiesta 37.5% de los representantes se desempeñan en el cargo de dueños. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro pollerías se desempeñan en el cargo de administradores, aportando todos sus conocimientos para administrar de la mejor manera posible.

Tiempo que desempeñan en el cargo: El 40% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años en el cargo, lo cual coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018) quien manifiesta que el 66.67% de los representantes tienen entre 4 a 6 años en el cargo, a su vez coincide con Rojas (2016) quien manifiesta que el 40% de los representantes tienen entre 4 a 6 años en el cargo. Pero contrasta con los resultados obtenidos por Patroni (2018) quien manifiesta que el 44.83% de los representantes tienen entre 0 a 3 años en el cargo, así mismos contrasta con Fernandez (2017) quien manifiesta que el 40% de los representantes tienen de 7 años a más en el cargo y por último contrasta con Jauregui (2017) quien manifiesta que el 37.5% de los representantes tiene de 7 a más años en el cargo. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años desempeñándose en el cargo por lo cual tienen que ir adquiriendo más experiencia para poder mantener en el cargo.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pannería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018

Tiempo de permanencia de la empresa en el mercado: el 46.67% de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el mercado. Lo cual coincide con el resultado obtenido por Yzaguirre (2018) quien determina que el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años en el mercado, a su vez coincide con Rojas (2016) quien determina que el 40% de las micro empresas tienen entre 4 a 6 años de permanencia en el mercado. Pero contrasta con Patroni (2018) quien determina que el 44.83% de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años en el mercado, a su vez contrasta con Gaviria (2018) quien determina que el 40% de las micro y pequeñas empresas tiene entre 9 a más años en mercado, así mismo contrasta con Fernandez (2017) quien determina que el 40% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más en el mercado, por último contrasta con Jauregui (2017) quien determina que el 37.5% de las micro empresas tienen 7 a más años en el mercado. Esto demuestra que las mayorías de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia de 4 a 6 años en el rubro, lo cual indica que ya tienen un lugar en el mercado.

Número de trabajadores: El 60% de las micro y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores, lo cual coincide con los resultados obtenidos por Gaviria (2018) que determina que el 72% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 5 a 8 trabajadores. Pero contrasta con los resultados obtenidos por Fernandez (2017) quien determina que el 100% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, también contrasta con Yzaguirre (2018) quien determina que el 75% tienen de 1 a 5 trabajadores, a su vez contrasta con Patroni (2018) quien determina que el 74.14% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, por último contrasta con Jauregui (2017) quien determina que el 65.5 % de las micro y pequeñas empresas tiene entre 1 a 3 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen 6 a 10 trabajadores, lo cuales son los encargados de brindar una atención de calidad.

Personas que trabajan en su empresa: El 93.93% de las micro y pequeñas empresas trabajan con personas no familiares, lo cual coincide con Yzaguirre (2018) quien manifiesta que el 100% de las micro y pequeñas empresas trabajan con personas no familiares. Pero contrasta con Fernandez (2017) quien manifiesta que el 70% de las micro y pequeñas empresas trabajan con familiares, y a su vez Patroni (2018) manifiesta que el 47.41% de las micro y pequeñas empresas trabajan con personas familiares. Esto demuestra que mayoría de las micro y pequeñas empresas trabajan con personas no familiares.

Objetivo de creación: El 60% de las micro y pequeñas empresas se crearon con el objetivo de generar ganancias, lo cual coincide con Fernandez (2017) quien determina que el 100% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias, así mismo coincide con Jauregui (2017) quien determina que el 100% se creó con el objetivo de generar ganancias, a su vez coincide con Patroni (2018) quien determina que el 87.93% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias y por último coincide con Yzaguirre (2018) quien determina que el 75% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas fueron creadas con un objetivo principal que es generar ganancias.

Tabla 3. Características de Gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

Conoce el término gestión de calidad: el 46.47% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conocen el término gestión de calidad, lo cual coincide con Fernandez (2017) quien determina que el 100% si conocen la gestión de calidad, a su vez coincide con Yzaguirre (2018) quien determina que el 58.33% de las micro y pequeñas empresas si conocen el término gestión de calidad. Pero contrasta con Jauregui (2017) quien determina que el 100% desconoce el término gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tiene cierto conocimiento sobre el término gestión de calidad, lo cual ayuda a entregar un producto y/o servicio de calidad.

Técnicas de gestión que aplican: El 33.33% conocen la técnica de atención al cliente, el 26.63% conocen la técnica de las 5 S, el 13.33% conocen la técnica empowerment. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican la técnica de atención al cliente, ayudándoles a brindar un buen servicio a sus clientes.

Dificultades que tiene el personal para la implementación de la gestión de calidad: el 33.33% de las micro y pequeñas empresas no se adaptan al cambio, lo cual contrasta con Yzaguirre (2018) quien determina que el 50% tienen como dificultad el desconocimiento del puesto. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen dificultad para adaptarse al cambio, impidiéndole implementar la gestión de calidad.

Técnica para medir el rendimiento: El 40% de las micro y pequeñas empresas aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento, a su vez coincide con Fernandez (2017) quien determina que el 100% de las micro y pequeñas empresas aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento, por último, coincide con Yzaguirre (2018) quien determina que el 50% de las micro y pequeñas empresas aplican la técnica de la observación. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican la técnica de la observación para evaluar el rendimiento de su personal.

Gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio: El 53.33% de las micro y pequeñas empresas afirman que la gestión de calidad si contribuye a mejorar su negocio, lo cual coincide con Fernandez (2017) quien determina que el 100% de las micro y pequeñas empresas afirman que, si contribuye a mejorar el negocio, a su vez coincide con Yzaguirre (2018) quien determina que el 75% las micro y pequeñas empresas afirman que la gestión de calidad contribuye a mejorar su negocio. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas aseguran que la gestión de calidad es de vital importancia para un buen desempeño del negocio en el mercado.

La Gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas: El 100% de las micro y pequeñas empresas consideran que la Gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas, esto coincide con los resultados obtenidos por Fernandez (2017) quien determina que el 100% afirma que la Gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas, a su vez coincide con Jauregui (2017) quien determina que el 100% de las micro y pequeñas empresas afirma que la Gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas, por último coincide con Yzaguirre (2018) quien determina que el 66.67% de las micro y pequeñas empresas consideran que la Gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivo y metas. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas si alcanzan sus objetivos y metas debido a que aplican la Gestión de calidad.

Conocimiento de atención al cliente: El 46.47% de las micro y pequeñas empresas si conocen la atención al cliente. Lo cual coincide con Fernandez (2017) quien manifiesta que el 100% de las micro y pequeñas empresas si conocen la atención al cliente, a su vez coincide con Yzaguirre (2018) quien manifiesta que el 41.67% de las micro y pequeñas empresas si conocen la atención al cliente. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas si conocen la atención al cliente lo cual ayuda a brindar un servicio de calidad a sus clientes.

Aplica la atención al cliente al servicio que brinda: El 60% de las micro y pequeñas empresas si aplica la atención al cliente al servicio que brinda, lo cual coincide con Yzaguirre (2018) quien determina que el 83.33% de las micro y pequeñas empresas si aplican la atención al cliente al servicio que brinda. Esto demuestra que la mayoría de

las micro y pequeñas empresas si aplican la atención al cliente en el servicio que brindan, lo cual ayuda a ofrecer un servicio de calidad.

Es fundamental la atención al cliente: El 100% de las micro y pequeñas empresas consideran que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al negocio, lo cual coincide con los resultados obtenidos por Fernandez (2017) quien determina que el 100% considera que es la atención al cliente es fundamental para que este regrese al negocio. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas consideran que la atención al cliente es fundamental para que regrese al negocio, lo cual ayuda a la fidelización de clientes.

Herramientas que utiliza para dar un servicio de calidad: El 26.27% de las micro y pequeñas empresas utilizan la herramienta de la comunicación, el 40.00% de las micro y pequeñas empresas utiliza como herramienta la confianza y el 33.33% de las micro y pequeñas empresas utiliza la herramienta de la retroalimentación. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas utilizan la herramienta de la confianza.

Principal factor que utiliza para dar un servicio de calidad: El 40% de las micro y pequeñas empresas utilizan la atención personalizada para dar un servicio de calidad, el 33.33% de las micro y pequeñas empresas utilizan la rapidez en la entrega de productos, el 26.27% de las micro y pequeñas empresas utilizan las instalaciones para dar un servicio de calidad. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas utilizan el factor de la atención personalizada para poder captar más clientes.

La atención que brinda: El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que brindan una buena atención, lo cual coincide con Fernandez (2017) quien manifiesta que el 100% brinda una buena atención, pero contrasta con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018) quien manifiesta que el 41.17% de las micro y pequeñas empresas brindan una mala atención. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas si brindan una buena atención al cliente lo cual les ayuda a obtener una amplia cartera de clientes.

Motivos de una mala atención: el 60% de las micro y pequeñas empresas si brindan una buena atención al cliente. Lo cual contrasta con Yzaguirre (2018) quien determina que el 41.67% de las micro y pequeñas empresas tiene una mala organización de los trabajadores. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas si brindan una buena atención, pero en algunas ocasiones hay una mala organización.

Resultados de una buena atención al cliente: El 33.33% de las micro y pequeñas empresas obtuvieron como resultado la fidelización de los clientes, lo cual contrasta con Yzaguirre (2018) quien determina que el 83.33% obtuvo como resultado un posicionamiento de la empresa. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas que brinden una buena atención a los clientes obtendrán buenos resultados para el negocio.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años, son de género masculino, tienen un grado de instrucción superior universitaria, se desempeñan en el cargo de administradores, a su vez la minoría de los representantes tienen entre 4 a 6 años desempeñándose en el cargo.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas se crearon con el objetivo de generar ganancias, tienen un número de 6 a 10 trabajadores, el personal que trabaja en su empresa son personas no familiares, así mismo la minoría de las microempresas tienen un tiempo de permanencia en el rubro entre 4 a 6 años.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento y que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas. Así mismo la mayoría de los representantes creen que la gestión de calidad mejora el rendimiento y aplican la atención al cliente al servicio que brindan, considerando dar una buena atención al cliente. A su vez la minoría de los representantes tienen cierto conocimiento sobre el término gestión de calidad, aplican las 5 S como técnica de gestión, su personal tiene dificultades para adaptarse al cambio, evalúan al personal mediante la técnica de la observación si conocen la atención al cliente, utilizan la confianza como herramienta para brindar un servicio de calidad, teniendo una atención personalizada con sus clientes, brindando una buena atención a sus clientes a obtenido la fidelización de ellos.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Capacitar al personal en técnicas de atención al cliente con la finalidad de mejorar la atención frente a los consumidores.

Implementar el benchmarking identificando a la empresa líder en atención al cliente, con la finalidad de mejorar el proceso establecido en dicho establecimiento.

Implementar una base de datos con la finalidad de activar un CRM que permita mejorar las relaciones con clientes, identificando las necesidades de los consumidores, de esta manera implementar estrategias de atención personalizada.

Ejecutar un plan de capacitaciones anual, con la finalidad de generar una Gestión de calidad basada en la atención al cliente, este plan debe contemplar temas orientados a mejorar la cultura organizacional y la sensibilización sobre la atención al cliente.

Realizar un plan de incentivos no económicos, como el mejor operador o el mejor mesero con la finalidad de integrar emocionalmente al personal.

Mejorar los ambientes de atención y los procesos con la finalidad de generar un posicionamiento de atención al cliente basado en la imagen de la empresa y la atención rápida.

Implementar el empowerment en los ahorradores de servicio, de tal forma que la responsabilidad de la atención al cliente estén todos involucrados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, A. (2016). *Cámara Chilena Norteamericana de comercio*. Recuperado de Cámara Chilena Norteamericana de comercio: <https://www.amchamchile.cl/2016/12/servicios-en-chile-aun-una-tarea-pendiente/>
- Arenal Laza, C. (2018). *Técnicas de información y atención al cliente, consumidor, usuario*. Editorial Tutor Formación. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5308208&query=atenci%25C3%25B3n%2Bal%2Bcliente>
- Barraza, R. S. (2014). *LAS MYPES EN PERÚ. SU IMPORTANCIA Y PROPUESTA TRIBUTARIA*. QUIPU - KAMAYOC. Recuperado de: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433>
- Castro. (8 de Abril de 2016). *Corponet*. Obtenido de Corponet: <https://blog.corponet.com.mx/principales-problem%C3%A1ticas-en-el-area-de-servicio-de-las-empresas-en-crecimiento>
- Choez, S.R. (2017). Influencia de la atención y servicio al cliente en los ingresos del restaurante asadero pedro carbo. Recuperado de: <http://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/164/1/PROYECTO%20DE%20CHOEZ%20RONQUILLO.pdf>
- Cuatrecasa & Gonzales (2017). Gestion integral de la calidad. En *Gestion integral de la calidad*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=k449DwAAQBAJ&pg=PT7&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false
- Cortés, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5349794&query=gesti%25C3%25B3n%2Bde%2Bcalidad>

- Díaz, F. M. J. (2014). Atención básica al cliente: Manual teórico. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com>
- Dinero.(2018). *Dinero*. Recuperado de Dinero:
<https://www.dinero.com/empresas/articulo/problemas-de-productividad-de-las-empresas-colombianas/265182>
- Fernandez, M.R. (2019). La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el p.j. el progreso, chimbote, 2017. Recuperado de:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14320/ATENCION_AL_CLIENTE_FERNANDEZ_CUEVA_MAE_ROXANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR1_PuCW3vlfPcefcpEUKS8f0wCoAvCZHJDql4T8w0IQEnVfRr1Asc02to
- García, I. (2018). *Economía Simple*. Recuperado de:
<https://www.economiasimple.net/glosario/crm>
- Gaviria, J.A. (2018). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017
 Recuperado de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5417?fbclid=IwAR2AbIRu05BxaSfr1Vx-eZwqCiOdaIWa5MF6eJ32nQHqu90eBjpmfs7x92E>
- Gestión.(2016). *Gestión Economía*. Recuperado de Gestión Economía:
<https://gestion.pe/economia/inei-son-cuatro-problemas-limitan-crecimiento-empresas-147918-noticia/>
- Gonzalez, H. (2017). *Calidad & Gestión - consultoría para empresas*. Recuperado de
 Calidad & Gestión - consultoría para empresas:
<https://calidadgestion.wordpress.com/2017/03/25/iso-9001-2015-matriz-foda-para-analisis-del-contexto/>

- Gonzales & Arciniegas, J. (2016). *Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la norma ISO*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4870575>
- Izquierdo, R. (2017). *Problemas típicos en la atención al cliente*. Recuperado de: <https://integriaims.com/problemas-atencion-al-cliente/>
- Jauregui, B.Y. (2017). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014*. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1820?fbclid=IwAR24-h7pPko5sVVjWjQVMzziMEUyssiGaiUiHbn7Vw0vc09Hd-r-pGdA16_Y
- Jubilación, C. (2018). *Canal Jubilación Mapfre*. Recuperado de: <https://www.jubilacionypension.com/economia-domestica/empleo/ventajas-y-desventajas-de-microempresas-y-pymes/>
- Jurado, T.G. (2014). *Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito*. Recuperado de: <file:///C:/Users/PC/Downloads/TESIS%20POSTGRADO%20GISSELA%20JURADO%20ecuador.pdf>
- Ley 28015. (2003). Ley 28015. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Medina, P.S. (2018). *Mejoramiento de la atención al cliente de Colombia Pizza*. Recuperado de: <file:///C:/Users/PC/Downloads/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n%20colombia.pdf>

- Pacheco, P. G. (2016). *Atención al cliente y tramitación de consultas de servicios financieros*. IC Editorial. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5486532&query=atenci%25C3%25B3n%2Bal%2Bcliente>
- Patroni, Y.G. (2019). La gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano en las mypes del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/13676?fbclid=IwAR1sY3e6-_UiLOLNHvEcvdvihs0I--aNE2Ja62PslyBmRTk01KI7SZT7AIo
- Rojas, F.G. (2019). La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, del pasaje Olaya, cercado de Lima, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2016. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14278?fbclid=IwAR1_P-uCW3vlfPcefcpeUKS8f0wCoAvCZHJDql4T8w0IQEnVfRr1Asc02to
- Tarodo, P. C. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10311792&ppg=71>
- Torres Gómez, C. A. (2018). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. IC Editorial. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5810067&query=atenci%25C3%25B3n%2Bal%2Bcliente>
- Vega, K. I. (2017). *Repositorio UCV*. Recuperado de Repositorio UCV: [repositorio.ucv.edu.pe › bitstream › handle › UCV › vega_rk](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/vega_rk)
- Yzaguirre, V. E. (2018). Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9872>

Anexos

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2018								Año 2019							
		Semestre II				Semestre I				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X	X	X	X								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos									X							
7	Elaboración del consentimiento informado									X							
8	Recolección de datos										X						
9	Presentación de resultados											X					
10	Análisis e Interpretación de los resultados											X					
11	Redacción del informe preliminar												X				
12	Revisión de informe final de la tesis por el Jurado de Investigación												X				
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X	X		
14	Presentación de ponencias en jornadas de investigación															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o numero	Total (S/.)
Suministros			
• Impresiones	0.30	49	14.70
• Fotocopias	0.10	147	14.70
• Empastado	1.00	25	25.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	0.05	196	9.80
• Lapiceros	1.00	3	3.00
Servicios			
• Uso de turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			167.20
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	2.50	20	50.00
Sub total			50.00
Total de presupuesto desembolsable			217.20
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o numero	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			869.20

Anexo 3. Cuadro de sondeo

Población

N°	Razón social	Ubicación
1	Pollería Fiesta	Jr. Alfonso Ugarte 408 Chimbote
2	Restaurant - Chifa & Pollería Sayuri	Alfonso Ugarte y Enrique Palacios 404
3	Pollería Pollos Alfa Mas	Jr. Enrique palacios 527 y 529, Chimbote 02800
4	Pollería & Parrilladas Delca'S	Plaza de Armas de Chimbote 02803
5	Pollería La Granja Linda	Av. Pardo 545 Chimbote
6	Pollos a la brasa Gaston	Av. Victor Raul Haya de la Torre 450 Plaza de Armas
7	Pollería Rikoton Chicken	Jr. Enrique Palacios 411 Jr, Prolongacion Leoncio Prado 393, Chimbote.
8	Panadería y Pollería Don Lolo	Jirón Manuel Villavicencio y Jirón Leoncio Prado, Jirón Manuel Villavicencio 428, Chimbote
9	Napos Chicken	Jirón Ladislao Espinar 572, Chimbote.
10	Restaurant, Pollos y Parrillas Momo's	Jirón Ladislao Espinar 472, Chimbote 02803
11	Pollos a la Brasa Mirko	Manuel Villavicencio, Chimbote 02803.
12	Pollería Kikiriki	Jirón Manuel Ruiz 337, Chimbote 02803
13	Restaurant - Pollería "Pollos Broaster Marco"	Jr. Ladislao Espinar N° 555 2do Piso, Chimbote
14	Restaurant Polleria "El Palmerito"	Jr. Alfonso Ugarte N° 285 – 295, Chimbote
15	Restaurant - Pollería Sabor Lambayecano	Jr. Manuel Villavicencio N° 576 - Chimbote
16	Polleria - Salon De Eventos San Jose	Jr. Francisco Bolognesi N° 376 - Chimbote
17	Restaurant - Cevicheria - Polleria "Pio Pez"	Jr. Manuel Ruiz N° 603 Casco Urbano

Fuente: Elaboración propia

Muestra:

N°	Razón social	Ubicación
1	Pollería Fiesta	Jr. Alfonso Ugarte 408 Chimbote
2	Restaurant - Chifa & Pollería Sayuri	Alfonso Ugarte y Enrique Palacios 404
3	Pollería Pollos Alfa Mas	Jr. Enrique palacios 527 y 529, Chimbote 02800
4	Pollería & Parrilladas Delca'S	Plaza de Armas de Chimbote 02803
5	Pollería La Granja Linda	Av. Pardo 545 Chimbote
6	Pollos a la brasa Gaston	Av. Victor Raul Haya de la Torre 450 Plaza de Armas
7	Pollería Rikoton Chicken	Jr. Enrique Palacios 411 Jr, Prolongacion Leoncio Prado 393, Chimbote.
8	Panadería y Pollería Don Lolo	Jirón Manuel Villavicencio y Jirón Leoncio Prado, Jirón Manuel Villavicencio 428, Chimbote
9	Napos Chicken	Jirón Ladislao Espinar 572, Chimbote.
10	Restaurant, Pollos y Parrillas Momo's	Jirón Ladislao Espinar 472, Chimbote 02803
11	Pollos a la Brasa Mirko	Manuel Villavicencio, Chimbote 02803.
12	Pollería Kikiriki	Jirón Manuel Ruiz 337, Chimbote 02803
13	Restaurant Polleria "El Palmerito"	Jr. Alfonso Ugarte N° 285 – 295, Chimbote
14	Restaurant - Pollería Sabor Lambayecano	Jr. Manuel Villavicencio N° 576 - Chimbote
15	Polleria - Salon De Eventos San Jose	Jr. Francisco Bolognesi N° 376 - Chimbote

Fuente: Elaboración propia

Anexo 4. Cuestionario



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

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 bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018. Para obtener el título de licenciada 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 – 25 años
- b) 26 – 40 años
- c) 41 a 60 años
- c) 60 a más años

2. Género

- 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 tabulación

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Factor absoluto	Factor relativo
Edad	18 - 30 años	IIII	5	33.33
	31 - 50 años	IIIIII	8	53.33
	51 a más años	II	2	13.333
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
Género	Masculino	IIIIII	8	53.33
	Femenino	IIIIII	7	46.67
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
Grado de instrucción	Primaria		0	0
	Secundaria		0	0
	Superior no universitaria	IIII	6	40.00
	Superior universitaria	IIIIIIII	9	60.00
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
Cargo que desempeña	Dueño	IIII	4	26.67
	Administrador	IIIIIIIIII	11	73.33
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años	IIII	4	26.67
	4 a 6 años	IIII	6	40.00
	7 a más años	IIII	5	33.33
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

Preguntas	Respuesta	Tabulación	Factor absoluto	Factor relativo
Tiempo de permanencia de la empresa en el mercado	0 a 3 años	II	2	13.33
	4 a 6 años	IIIIII	7	46.67
	7 a más años	IIIIII	6	40.00
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	II	2	13.33
	6 a 10 trabajadores	IIIIIIII	9	60.00
	11 a más trabajadores	IIII	4	26.67
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
Personas que trabajan en su empresa	Familiares	I	1	6.67
	Personas no familiares	IIIIIIIIIIII	14	93.33
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
Objetivo de creación	Generar ganancia	IIIIIIII	9	60.00
	Subsistencia	IIIIII	6	40.00
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00

Características de Gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Factor absoluto	Factor relativo
Término gestión de calidad	Si	IIIIII	6	40.00
	Tiene poco conocimiento	IIIIII	7	46.67
	No	II	2	0.00
	Total	IIIIIIIIII	15	86.67
Técnica de gestión que aplica	Benchmarking	II	2	13.33
	Atención al cliente	IIII	5	33.33
	Empowerment	II	2	13.33
	Las 5S	IIII	4	26.67
	Outsourcing	II	2	13.33
	Otros		0	0.00
	Ninguno		0	0.00
	Total	IIIIIIIIII	15	100.00
Dificultades del personal en gestión de calidad	Poca iniciativa	III	3	20.00
	Aprendizaje lento	IIII	4	26.67
	No se adapta a los cambios	IIII	5	33.33
	Desconocimiento del puesto	III	3	20.00
	Otros		0	0.00
	Total	IIIIIIIIII	15	100.00
Técnicas para medir el rendimiento	La observación	IIII	6	40.00
	La evaluación	II	2	13.33
	La escala de puntuaciones	III	3	20.00
	Evaluación 360°	IIII	4	26.67
	Otros		0	0.00
	Total	IIIIIIIIII	15	100.00
Gestión de calidad mejora el rendimiento	Si	IIIIII	8	53.33
	No	III	3	20.00
	A veces	IIII	4	26.67
	Total	IIIIIIIIII	15	100.00

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Factor absoluto	Factor relativo
La Gestión de calidad ayuda a mejorar los objetivos	Si	IIIIIIIIIIII	15	100.00
	No		0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
Conocimientos de atención al cliente	Si	IIIIII	7	46.67
	No	III	3	20.00
	Tengo cierto conocimiento	IIII	5	33.33
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
Aplica atención al cliente al servicio que brinda	Si	IIIIIIII	9	60.00
	No		0	0.00
	A veces	IIIIII	6	40.00
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento	Si	IIIIIIIIIIII	15	100.00
	No		0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	Comunicación	IIII	4	26.67
	Confianza	IIIIII	6	40.00
	Retroalimentación	IIII	5	33.33
	Ninguno		0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
Principal que utiliza para dar calidad al servicio que brinda	Atención personalizada	IIIIII	6	40.00
	Rapidez en la entrega de los productos	IIII	5	33.33
	Las instalaciones	IIII	4	26.67
	Ninguna		0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Factor absoluto	Factor relativo
Atención que brinda los clientes es	Buena	IIIIIIII	9	60.00
	Regular	IIIII	6	40.00
	Malo		0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
Motivos de una mala atención al cliente es	No tiene suficiente personal	III	3	20.00
	Por una mala organización de los trabajadores	III	3	20.00
	Si brinda una atención al cliente	IIIIIIII	9	60.00
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00
Resultados que logra brindando una buena atención al cliente	Clientes satisfechos	III	3	20.00
	Fidelización de clientes	IIIII	5	33.33
	Posicionamiento de la empresa	III	3	20.00
	Incremento en las ventas	IIII	4	26.27
	Total	IIIIIIIIIIII	15	100.00

Anexo 6.

Figuras

Características a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018

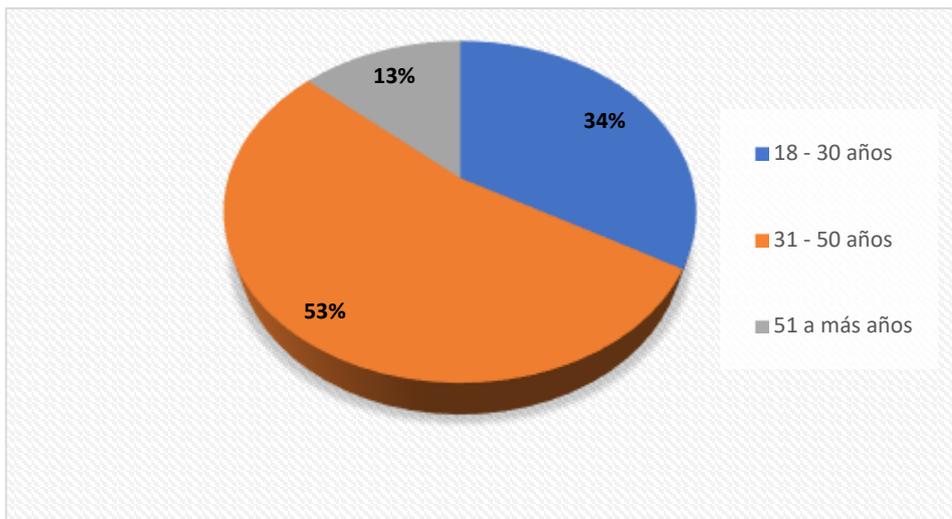


Figura 1. Edad del representante

Fuente. Tabla 1

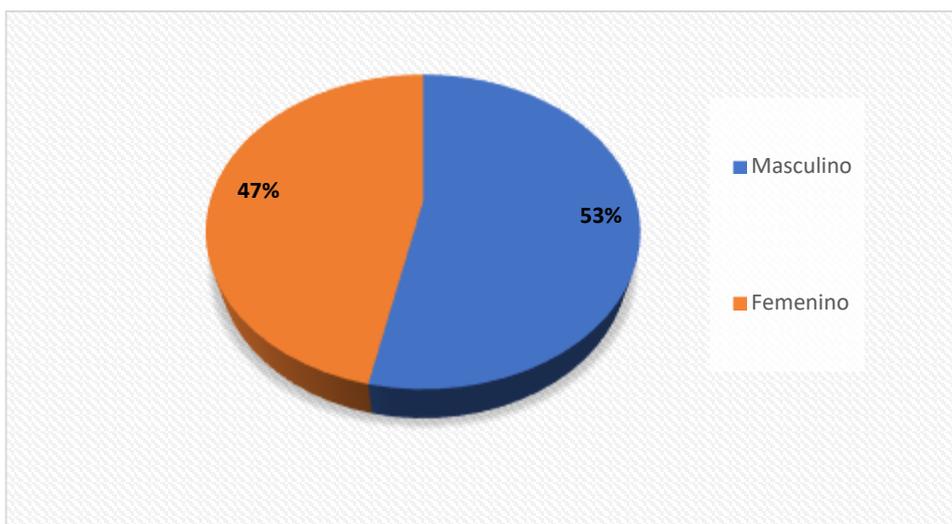


Figura 2. Género del representante

Fuente. Tabla 1

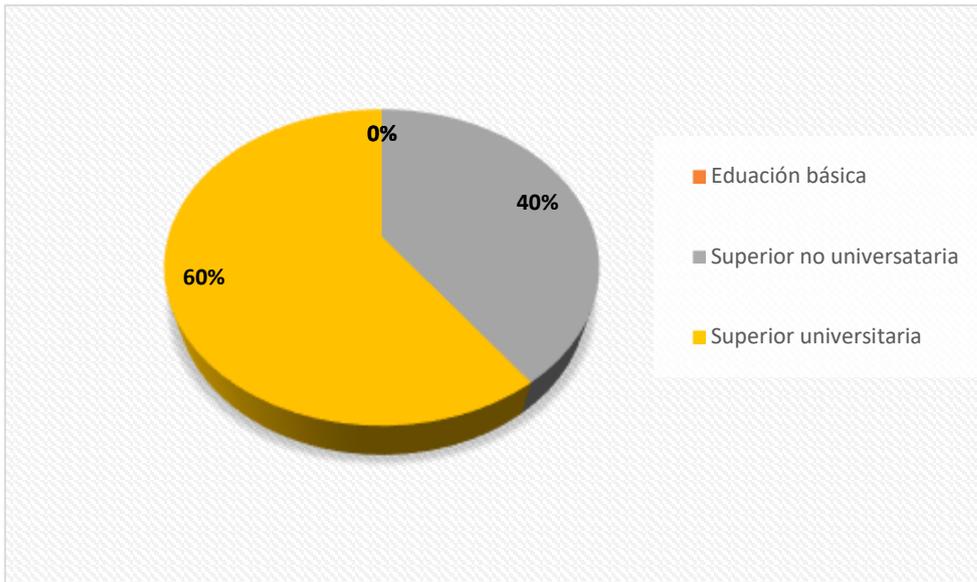


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

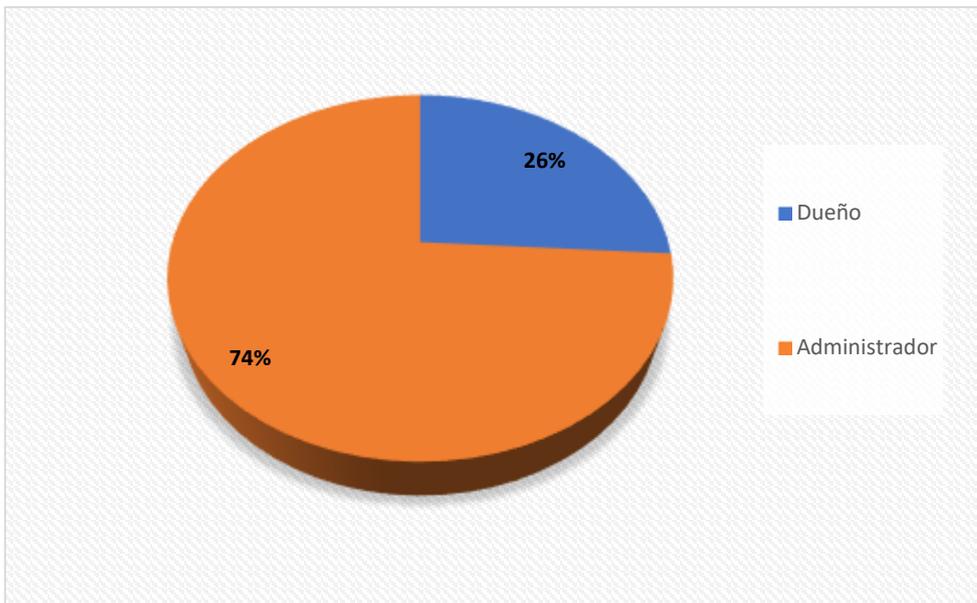


Figura 4. Cargo del representante

Fuente. Tabla 1

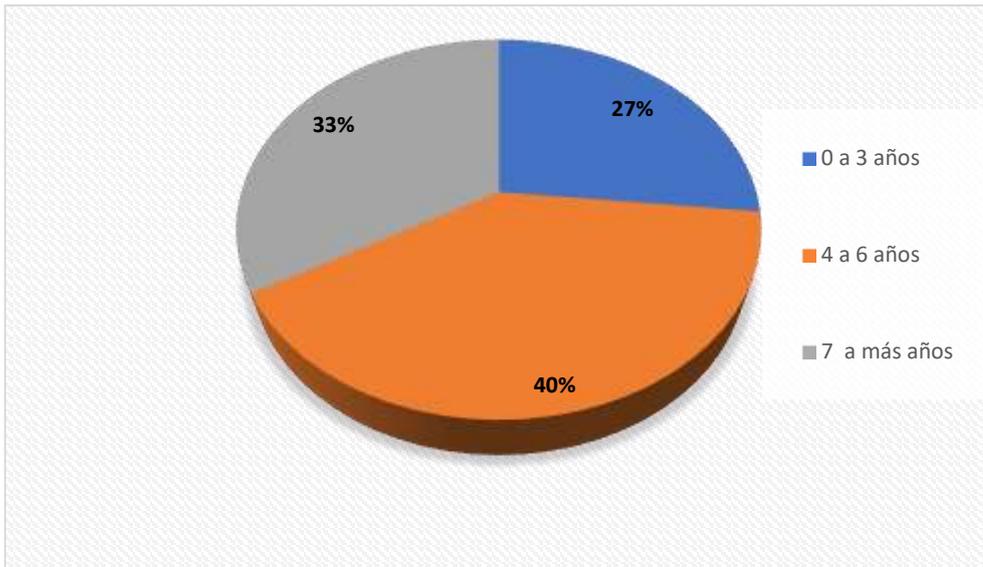


Figura 5. Tiempo en el cargo del representante

Fuente. Tabla 1

**Características de las micro y pequeñas empresas del del sector servicio, rubro
pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018**

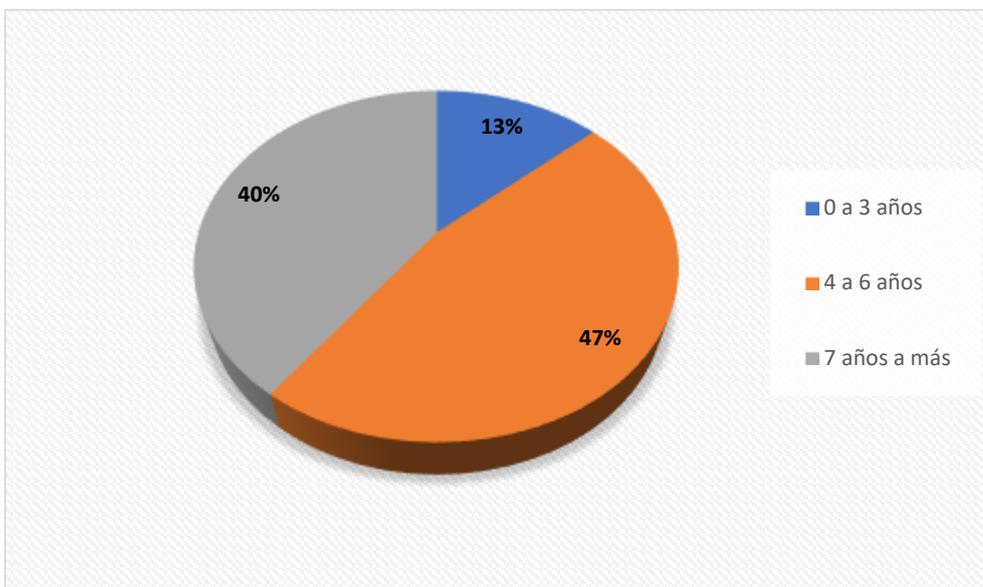


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Fuente. Tabla 2

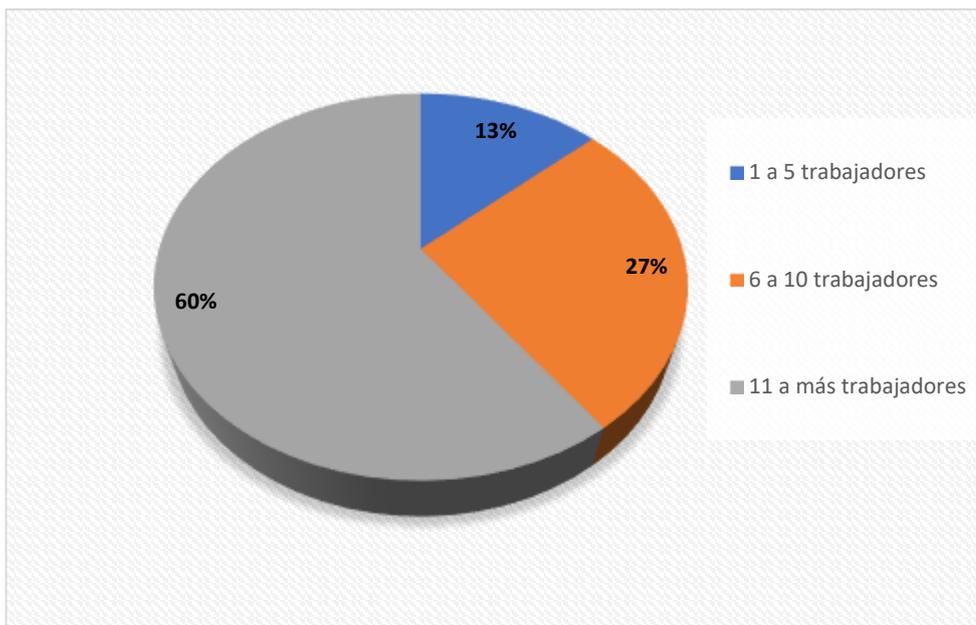


Figura 7. Número de Trabajadores

Fuente. Tabla 2

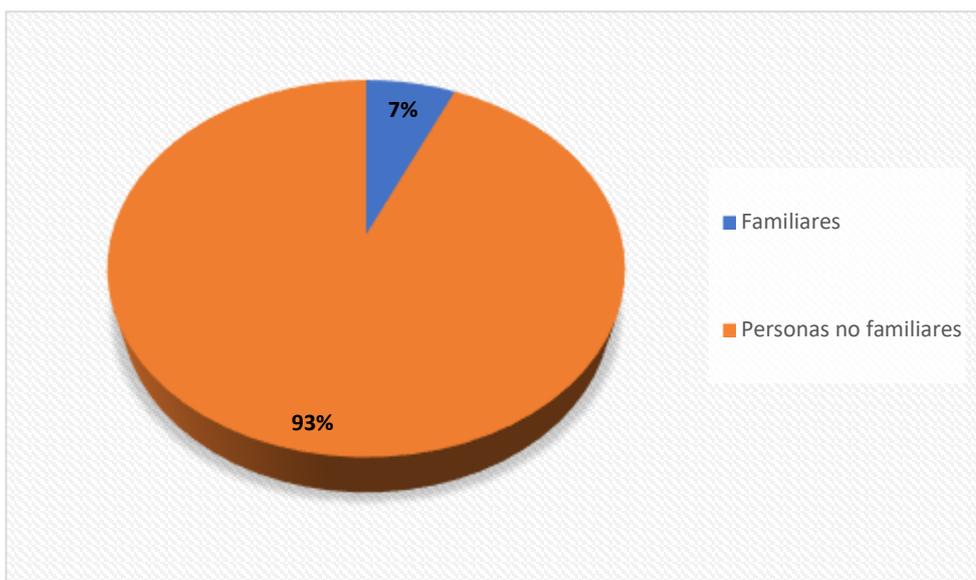


Figura 8. Personas que trabajan en la MYPE

Fuente. Tabla 2

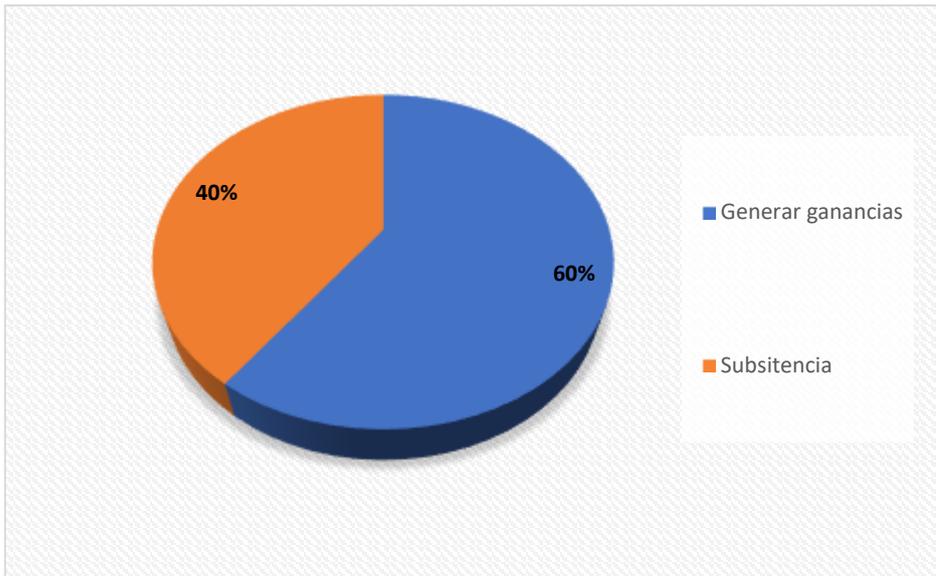


Figura 9. Objetivo de la MYPE

Fuente. Tabla 2

Características de Gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería de la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

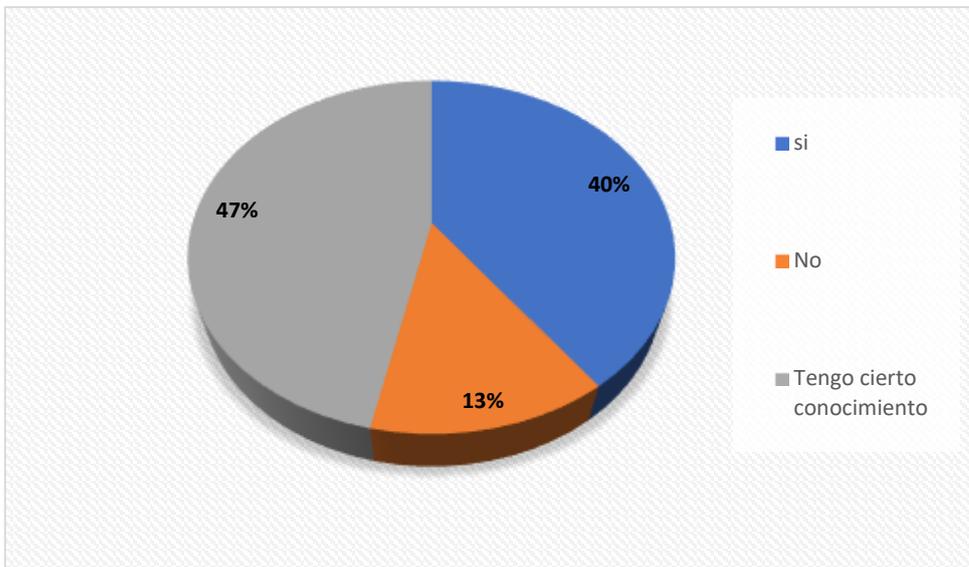


Figura 10. Conocen el término gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

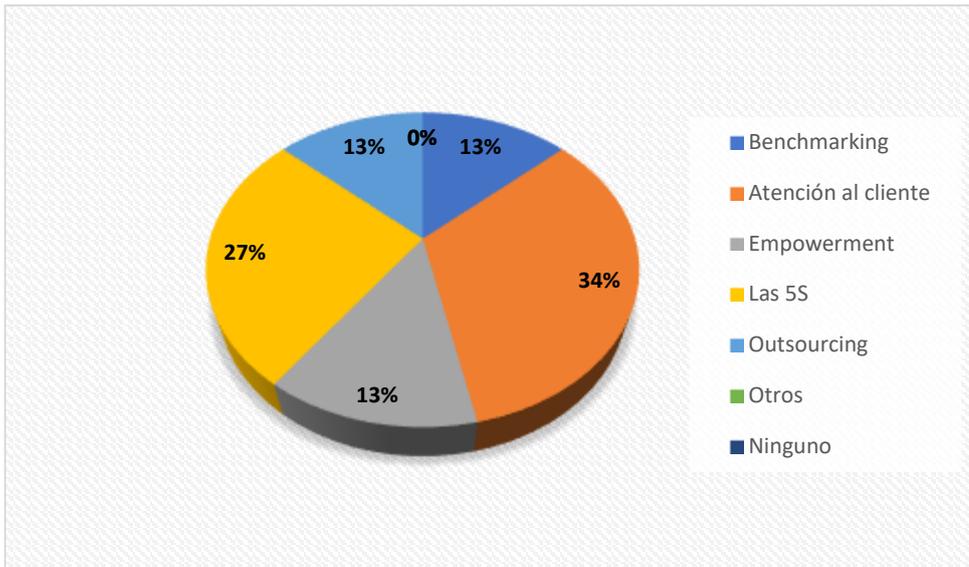


Figura 11. Herramienta de gestión de calidad que aplica

Fuente. Tabla 3

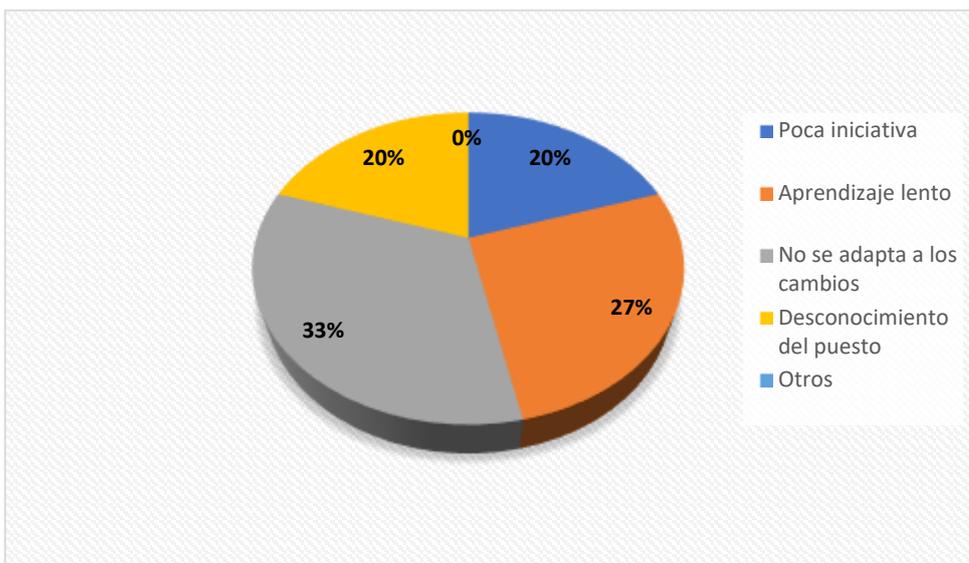


Figura 12. Dificultades del personal en gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

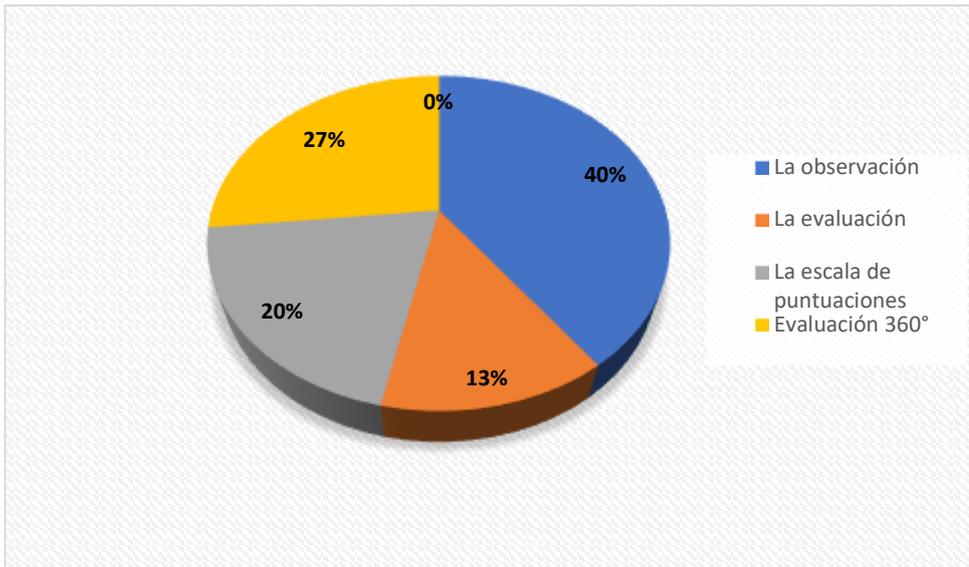


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento

Fuente. Tabla 3

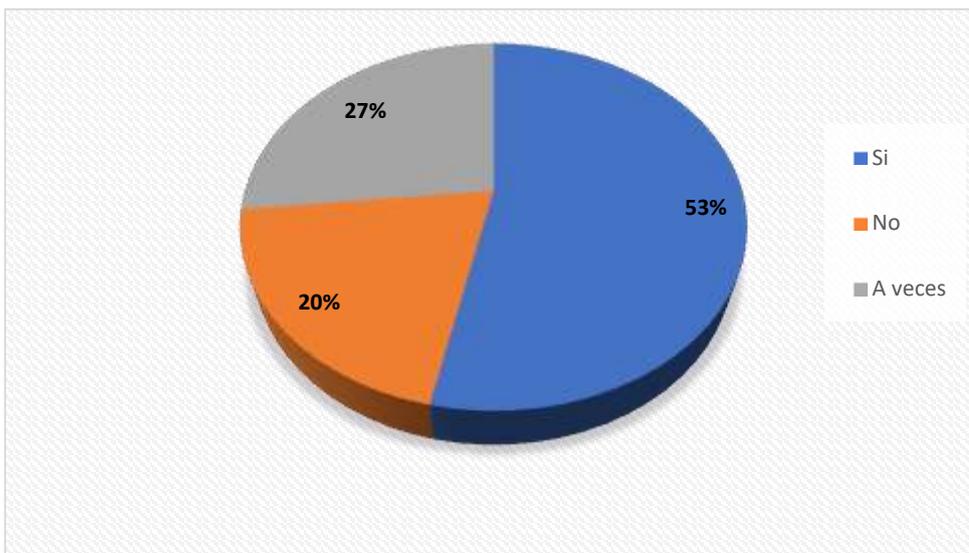


Figura 14. Gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa

Fuente. Tabla 3

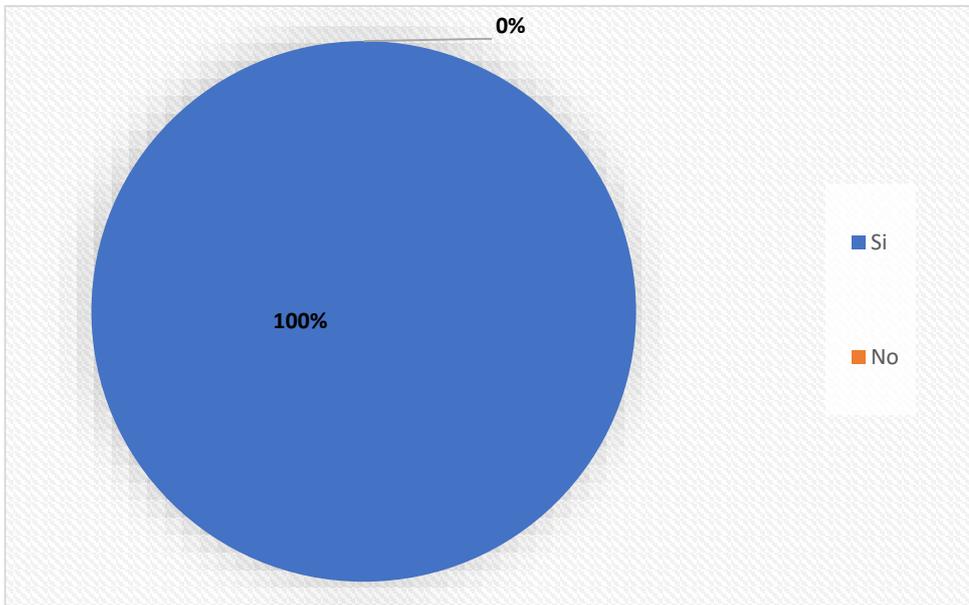


Figura 15. La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas

Fuente. Tabla 3

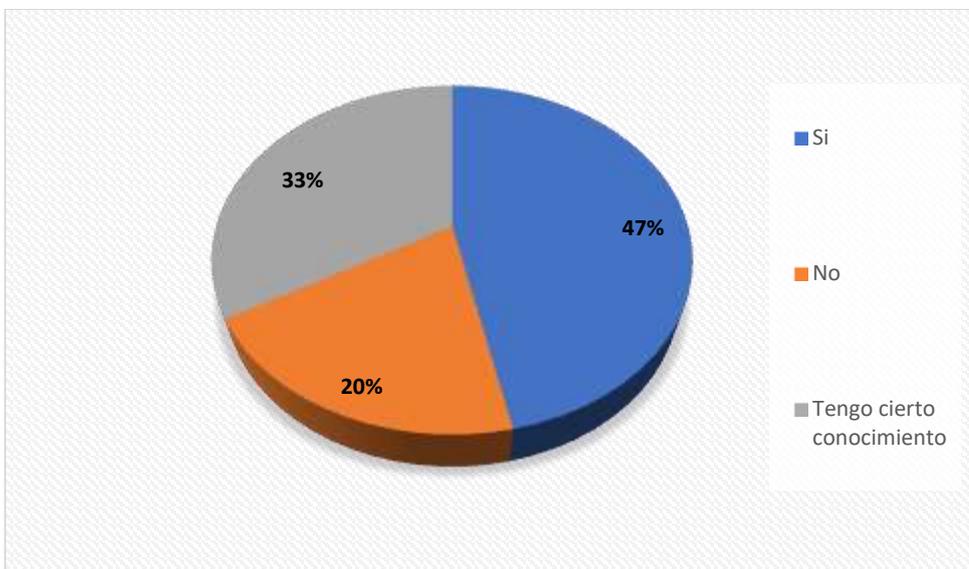


Figura 16. Conocimiento de atención al cliente

Fuente. Tabla 3

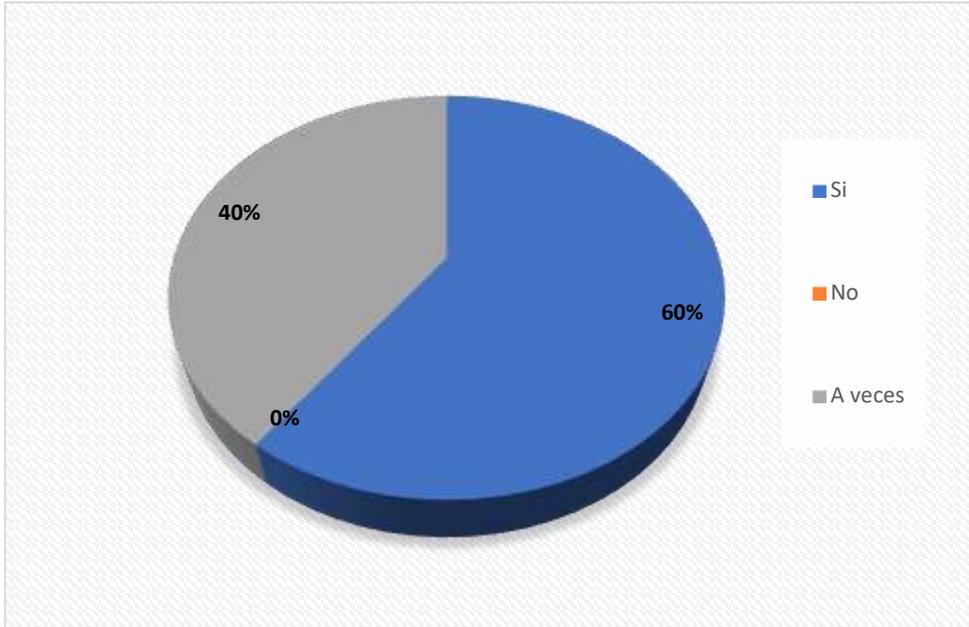


Figura 17. Aplica atención al cliente al servicio que brinda

Fuente. Tabla 3

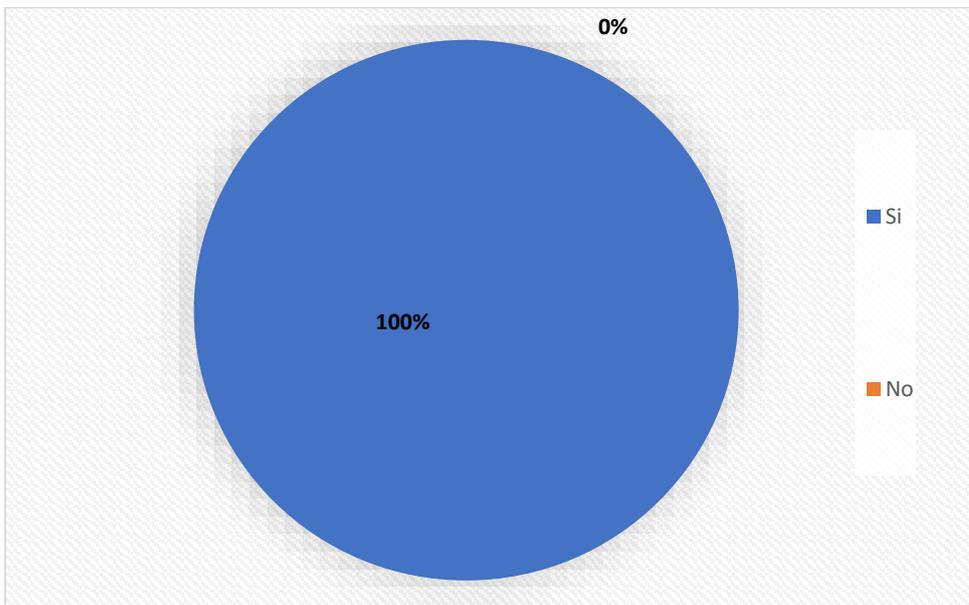


Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que este regrese al negocio

Fuente. Tabla 3

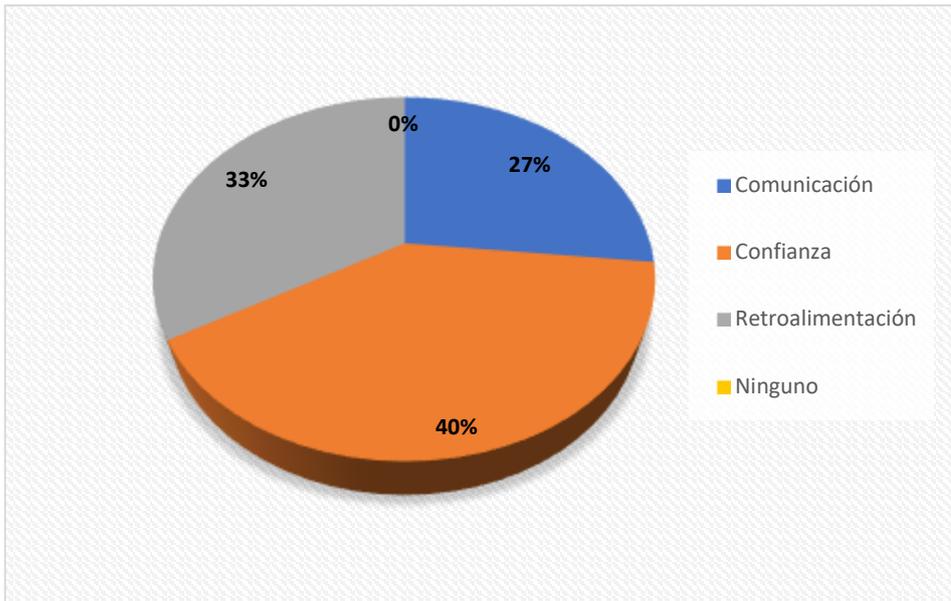


Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

Fuente. Tabla 3

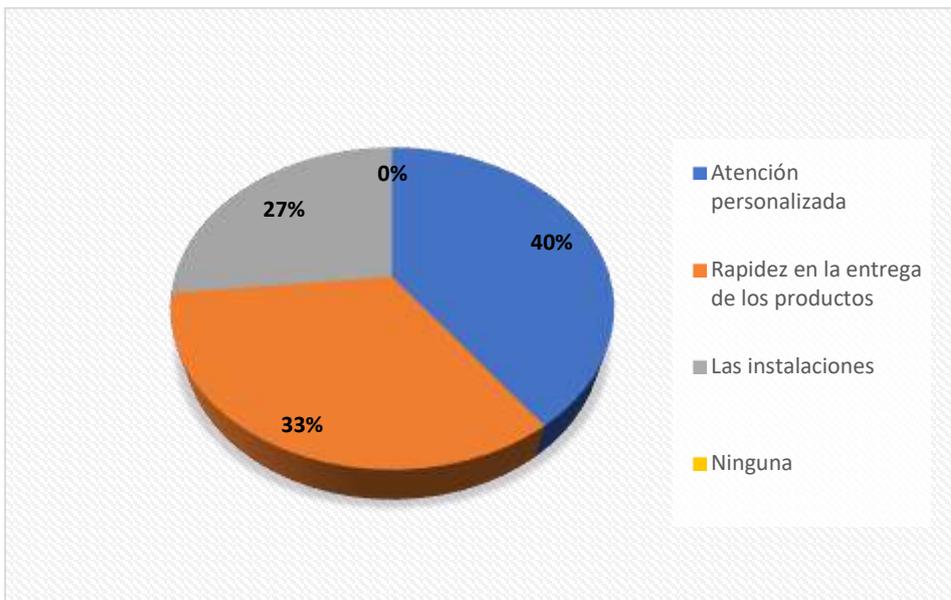


Figura 20. Principal factor que utiliza para dar calidad al servicio que brinda

Fuente. Tabla 3

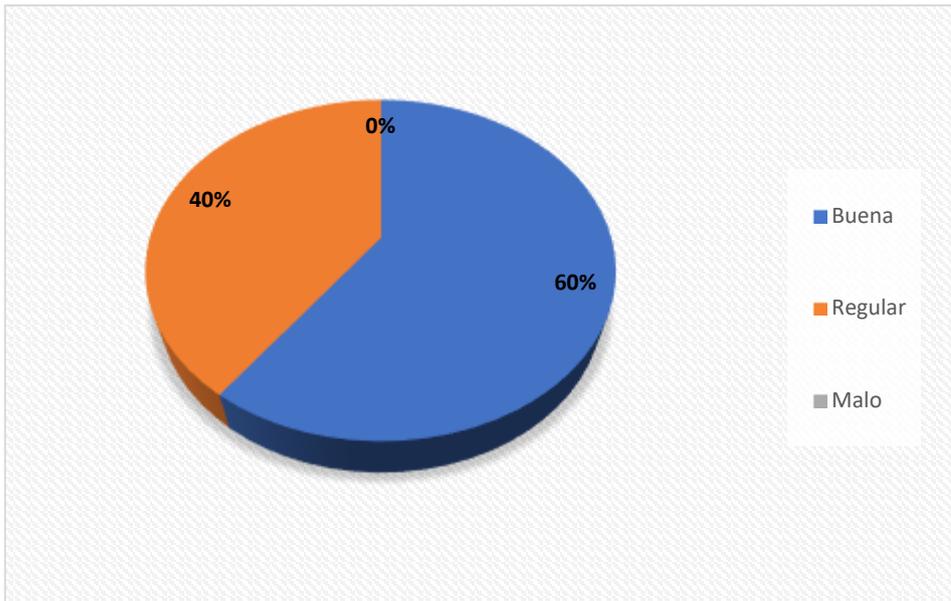


Figura 21. La atención que brinda a los clientes

Fuente. Tabla 3

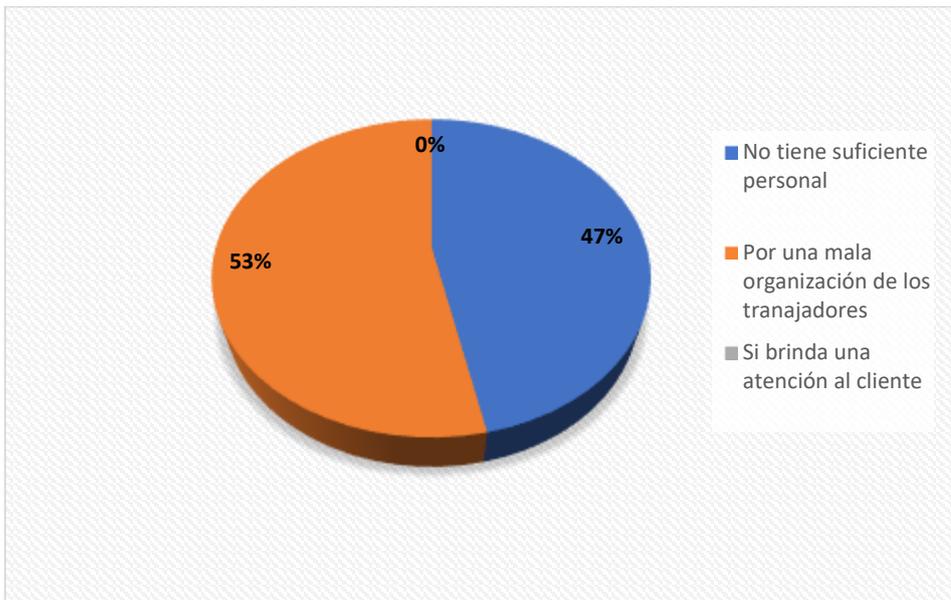


Figura 22. Motivos de una mala atención al cliente

Fuente. Tabla 3

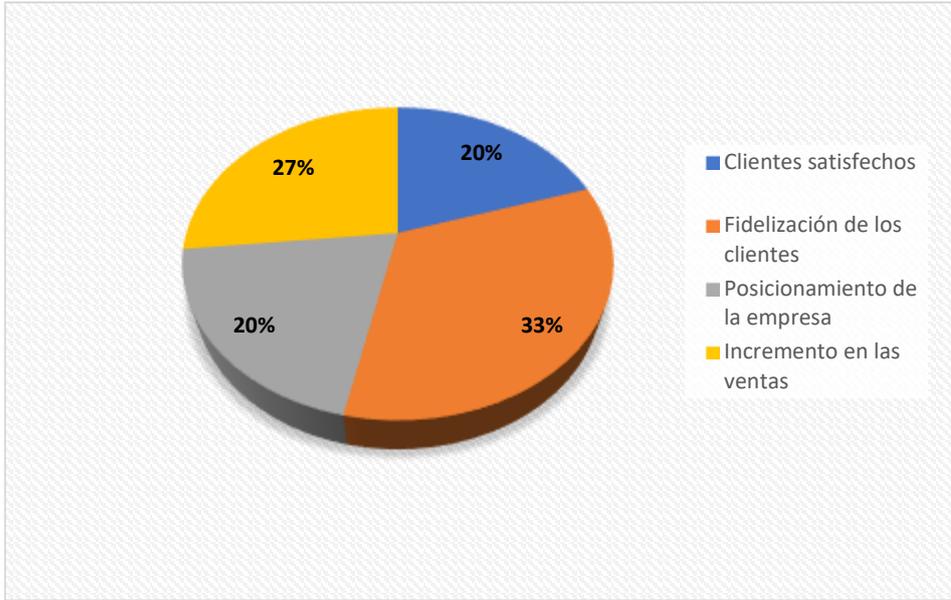


Figura 23. Resultados que logra brindando una buena atención al cliente

Fuente. Tabla 3