



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO RUBRO VENTA DE
COMBUSTIBLES DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE,
PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2017 CASO DEL GRIFO
PECSA

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

AUTORA:

JENIFFER LUZ VASQUEZ RIOS

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE-PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

Dr. Jose German Salinas Gamboa

Presidente

Mgtr. Miguel Angel Limo Vasquez

Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la vida y fortaleza de seguir adelante, superando cualquier obstáculo que se presente en mi camino.

Agradezco a mi asesor Rebaza Alfaro Carlos Enaldo con quien inicié este trabajo de investigación, por su ayuda y consejos, así mismo a mi asesor Centurión Medina Reinerio Zacarías que me brindó el asesoramiento para poder culminar con mi trabajo de investigación.

Agradezco a mis padres por todo el apoyo y confianza que me han brindado durante mis estudios, así mismo por todo el esfuerzo que han hecho para seguir adelante y poder concluir con este trabajo de investigación que se hizo con mucho esfuerzo, tiempo y dedicación.

DEDICATORIA

Primeramente a Dios por sobre todas las cosas porque siempre estuvo conmigo en cada paso que daba, por protegerme y darme las fuerzas para seguir adelante.

Quiero dedicar a mi familia que me han brindado todo su apoyo para poder culminar con mis estudios.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como problema: características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresa del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, año 2017, se ha utilizado el diseño No experimental – Transversal - Descriptivo, se escogió una muestra por conveniencia de 12 micro y pequeñas empresas, representando el 100,0% de la población, la cual se les aplicó un cuestionario conformado por 25 preguntas, utilizando la técnica encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: **Respecto a los microempresarios:** El 41,7% tiene de 40 a menos de 50 años, el 83,3% del rubro venta de combustibles tiene de 6 a más años en el mercado, el 100,0% de las mypes rubro venta de combustibles creó la empresa, la cual optaron por todas las anteriores para generar utilidad, empleo y satisfacer la necesidad el cliente. **Respecto a la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente:** El 100,0% de las mypes rubro venta de combustibles si realiza una gestión de calidad, el 83,3% de las mypes rubro venta de combustibles quienes como encargados realizan encuestas para medir el nivel de satisfacción. **Y como conclusión:** La mayoría de los representantes el 83,3% la permanencia en el mercado es de 6 a más años, y finalmente las mypes del rubro venta de combustibles el 100,0% conoce gestión de calidad y el 100,0% realizan una gestión de calidad.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de calidad, Mypes, Servicio.

ABSTRACT

The present investigation had as problem: characteristics of quality management under the focus of customer service in the micro and small enterprises of the fuel sale sector service sector of the new Chimbote district, year 2017, the non- experimental design has been used – Transversal – Descriptive, a convenience sample of 12 micro and small companies was chosen, representing 100.0% of the population, which was applied a questionnaire consisting of 25 questions, using the survey technique. Obtaining the following results: With respect to microentrepreneurs: 41.7% have from 40 to less than 50 years, 83.3% of the sale of fuel has 6 more years in the market, 100.0% of The mypes fuel sales company created the company, which opted for all of the above to generate profit, employment and satisfy the customer's need. Regarding quality management under the customer service approach: 100.0% of the mypes sales of fuels if quality management is carried out, 83.3% of the mypes sales of fuels who, as managers, conduct surveys to measure the level of satisfaction. And as a conclusion: The majority of the representatives 83.3% the permanence in the market is from 6 to more years, and finally the mypes of the item selling fuel 100.0% knows quality management and 100.0% perform a quality management.

Keywords: Customer service, Quality management, Mypes, Service.

Contenido

1.	Título.....	i
2.	Jurado evaluador.....	ii
	3. Agradecimiento/Dedicatoria.....	iii
	4. Resumen/Abstract.....	v
	5. Contenido.....	vii
	6. Índice de tablas y figuras.....	viii
	I. INTRODUCCIÓN.....	1
	II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	3
	2.1 Antecedentes.....	3
	2.2 Bases teóricas.....	9
	2.3 Marco conceptual.....	15
	III. HIPÓTESIS.....	16
	IV. METODOLOGÍA.....	17
	4.1 Diseño de la investigación.....	17
	4.2 Población y muestra.....	17
	4.3 Definición y operacionalización de variables.....	18
	4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
	4.5 Plan de análisis.....	21
	4.6 Matriz de consistencia.....	22
	4.7 Principios éticos.....	23
	V. RESULTADOS.....	24
	5.1 Resultados.....	24
	5.2 Análisis de resultados.....	28
	VI. CONCLUSIONES.....	31
	Aspectos complementarios.....	33
	Referencias bibliográficas.....	34
	Anexos.....	37

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017.	24
Tabla 2: Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017	25
Tabla 3: Hacer un análisis comparativo de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al clientes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017	26

Figuras

Acerca del Gerente y/o Representante

Figura 1: edad del encuestado	48
Figura 2: género.....	48
Figura 3: grado de instrucción.....	49

Acerca de las micro y pequeñas empresas

Figura 4: cargo en la empresa.....	49
Figura 5: años de permanencia de la empresa	50
Figura 6: tiene misión y visión	50
Figura 7: finalidad por la que se creó su empresa	51
Figura 8: cuenta con otro local comercial.....	51

Acerca de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente

Figura 9: conoce gestión de calidad	52
Figura 10: realiza una gestión de calidad.....	52
Figura 11: planifica sus actividades	53
Figura 12: calidad frente al competidor	53
Figura 13: su servicio satisface las necesidades	54
Figura 14: se sienten identificados con su empresa	54
Figura 15: cuenta con un libro de reclamaciones	55
Figura 16: área para recepcionar los reclamos del cliente	55
Figura 17: a recepcionado una queja o reclamo por mala atención al cliente	56
Figura 18: su personal recibe capacitaciones para una atención al cliente.....	56
Figura 19: el personal sabe sus tareas y responsabilidades	57
Figura 20: realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción.....	57
Figura 21: comprende a los clientes exigentes que van a su empresa	58
Figura 22: usa canales de comunicación.....	58
Figura 23: canales de comunicación que utiliza con sus clientes.....	59
Figura 24: su empresa cuenta con procesos establecidos en atención al cliente	59
Figura 25: su servicio satisface las necesidades de los clientes	60

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, en el Perú las mypes han ido creciendo no solamente generando empleos, sino también ayudando a nuestra economía brindando el 47% del empleo, generando producción y oportunidades.

Las mypes son empresas importantes porque generan productividad, ya que el objetivo de muchas de estas es que el mercado tenga una mayor acogida por los clientes, aplicando a los avances tecnológicos en sus productos y/o servicios que brindan, ya que esto puede generar productividad para las empresas en nuestro desarrollo para el país.

Del tema se desconoce si las empresas de venta de combustibles están aplicando una buena gestión de calidad en los servicios que brindan a los clientes, así mismo si se está brindando una buena atención tanto interna como externa.

Las micro y pequeñas empresas se caracterizan a nivel internacional, nacional y local: Tarrió (2017) Las mypes en Argentina, comenzó a aplicarse el aumento de combustibles del orden del 7,2% para las naftas y del 6% para el gasoil. Este incremento surge principalmente del aumento de la cotización del dólar de los últimos dos meses; este incremento de los combustibles tendría nuevos impactos hacia la suba del índice general de precios a través de efectos directos en los sectores privados.

Carriedo (2017) Las Pymes México, son muy importantes para la economía de cualquier país. Tan solo en México son más de cuatro millones, generan 72% del empleo y aportan 52% del Producto Bruto Interno (PBI).

Dado que el optimismo sobre la economía es moderado (37% opiniones positivas contra 19% negativas), las Pymes de México han comenzado a buscar formas innovadoras para crecer, y una de sus principales estrategias es tratar de incursionar en nuevos mercados.

INEI (2013) Afirma que: La atención al cliente (21.8%), el marketing (18.4%), calidad (12.4%), y formalización (10.6%) fueron los principales intereses en la gestión de su negocio. La mayoría de ellas (26.3%) prefiere entrenarse en temas de financiamiento, reveló INEI.

Vallejo (2018) Integrar el servicio al cliente como uno de los planes estratégicos de una compañía no solo mantiene a los usuarios felices, sino que es un factor que ayuda a mejorar sus ingresos. Por lo antes estudiado se plantea el siguiente problema: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017? caso del grifo PECSA. Se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. De acuerdo al objetivo general, se plantean los objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017 caso del grifo PECSA. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Hacer un análisis comparativo de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. La presente investigación se justifica porque nos permitirá conocer las características de los representantes. Así mismo se justifica determinar las características de las mypes del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017 caso del grifo PECSA. La metodología que se utilizó fue de diseño No experimental-Transversal-Descriptivo.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Los antecedentes en esta investigación por no haberse encontrado antecedentes de acuerdo al rubro, se consideraron antecedentes relacionados a la variable.

Bernardo (2013) en su investigación tiene como título: Estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios INTEC C.A. en la Web 2.0. Tuvo como objetivo general: Proponer estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios INTEC C.A. en la web 2.0., y se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Diagnosticar los servicios que INTEC C.A. ofrece a través de la web 2.0. Identificar los factores clave para el desarrollo de servicios en la web 2.0 con foco en atención al cliente. Diseñar estrategias con fundamento en la atención al cliente en los servicios web .2.0 de INTEC C.CA. La metodología que se utilizó fue de campo, la cual los datos fueron recogidos de manera directa, la técnica fue la encuesta y la utilización de esta técnica fue a través de un cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados: Por otro lado, un 25% que expresa que existe cierto grado de ineficiencia con el cumplimiento de la empresa hacia los clientes, esto es un factor determinante en la disminución del rendimiento y productividad, el 100% de los empleados INTEC C.A, se preocupa por tratar a cada cliente de una manera especial y dar un servicio personalizado. Concluyendo que: La finalidad perseguida por el autor se basa principalmente en aplicar los conocimientos en materia de mercadeo al caso analizado y que al reunir los datos arrojados por la presentación de encuestas se obtenga resultados que permitan analizar las estrategias que posee INTEC C.A.

Abad y Pincay (2014) en su investigación tiene como título: Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil. Tuvo como objetivo general: Analizar la calidad del servicio interno y externo en una empresa aseguradora de la ciudad de Guayaquil y se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Identificar en qué áreas se evidencia fallas en la atención al cliente interno y externo. Determinar las acciones necesarias para mejorar la calidad del servicio al cliente

interno y externo logrando aumentar la productividad de la organización. Proponer un modelo de gestión de calidad de servicio para la empresa de seguros. La metodología que se utilizó es de tipo descriptiva – analítica, la técnica fue la encuesta, la cual fue de una población 105 empleados y una muestra de 83 empleados. Obteniéndose los siguientes resultados: El 84% de los encuestados consideran que la empresa si deben aplicar métodos de mejora en la calidad de servicio, el 66% de encuestados consideran que el personal si está capacitado para ejercer funciones. Concluyendo que: De acuerdo a las encuestas realizadas al personal de la empresa, las áreas donde se identificó mayores inconvenientes son aquellos departamentos que tienen contacto con los bróker y/o clientes, debido a la pésima actitud con la que estas desarrollan sus funciones, los tiempos de respuesta para resolver requerimientos oscilan entre 24 a 48 horas, períodos que deben ser reducidos para alcanzar la eficiencia. Por su parte la organización invierte en capacitación a departamentos generadores de negocios como lo son comercial y fuerza de ventas; sin embargo, estas no están siendo reflejadas en los números ya que acompañado del cierre de una negociación debe estar la actitud, predisposición y seguimiento que se dé al bróker.

Torres (2017) en su investigación tiene como título: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, agencias de viajes y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017. Tuvo como objetivo general: Determinar si las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos del distrito de Iquitos, se gestionan con un enfoque en atención al cliente y se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar si las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos están alineados a la formalizaciones. Determinar si las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos, cuenta con estrategias de atención al cliente. Determinar si las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos, capacita a su personal en atención al cliente. La metodología se utilizó de tipo descriptivo – correlacional – no experimental, la cual fue de una población de 26 mypes y la muestra determinada de 24 mypes, en donde solo 20 mypes dieron la información, la técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados: El 80,0% de las mypes encuestadas indican que su personal tiene actitud de servicio. El 80,0% si

considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización, el 70,0% de los emprendedores encuestados manifiesta que capacitan a sus trabajadores, el 50,0% SI evidencian una gestión de atención al cliente. Concluyendo que: Las mypes en su estudio si evidencian y es de conocimiento una gestión de atención al cliente 50,0%. Demostrando que el personal encargado y conjuntamente con la microempresa tiene un mayor enfoque con las necesidades que exige el cliente. A raíz de que es de conocimiento la gestión de atención al cliente, los emprendedores encuestados manifiestan que si capacitan a sus trabajadores 70,0% y se interesa en el enfoque de la mejora continúa. El 80,0% de las mypes en su estudio señalan que el personal a mando si tiene actitud de servicio y consideran que el objetivo de las mypes es lograr cliente satisfechos con el servicio que se les brinda, el análisis concluyó que el 80,0% considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización.

Antúnez (2017) en su investigación tiene como título: Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas del sector servicio- rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016 y se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. La metodología se utilizó un diseño no experimental – transversal – descriptivo, la cual fue de una población de 26 micro y pequeñas empresas y una muestra dirigida a 22 micro y pequeñas empresas las que aceptaron, la técnica es la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados: El 59,1% si están aplicando una gestión de calidad, el 59,1 % cree que una atención de calidad contribuye al aumento de ventas, el 54,5% no capacita a los colaboradores (personal), el 5,0% tiene como prioridad planificar sus actividades. Las conclusiones son: La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de

calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de las micro empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera su mayoría los representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mype tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

Ocaña (2017) en su investigación tiene como título: Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, año 2016. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, 2016 y se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características del perfil de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, 2016. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, 2016. Describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, 2016. La metodología se utilizó un diseño no experimental – transversal – descriptivo, la cual fue de una población de 20 micro y pequeñas empresas y una muestra de 14 micro y pequeñas empresas. Obteniéndose los siguientes resultados: EL 100% conoce técnicas de gestión en atención al cliente, el 100% el personal está apto para estar en contacto con los clientes, el 64,3% cuenta con personal apto, el 50% usa elementos de gestión de calidad enfocada al cliente. Concluyendo que: Consideran que la atención personalizada, el poco tiempo de espera, la amabilidad, la limpieza del local y la apariencia del trabajador, son elementos que indica que la gestión de calidad está enfocada al cliente (50%), estiman que la comunicación es un elemento que indica que cuenta con personal apto para la atención al cliente (64,3%), en totalidad de ellas se conoce técnicas de gestión

en atención al cliente, la gestión está enfocada al cliente y el personal está apto para estar en contacto con los clientes (100%).

Rodriguez (2017) en su investigación tiene como título: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016 y se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las características de los cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del caso urbano del distrito de Chimbote, 2016. Describir las características Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Definir el nivel de fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Establecer la influencia de la Gestión de la calidad bajo el enfoque de atención al cliente y el nivel de fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. La investigación se utilizó fue cuantitativo, tipo descriptivo - correlacional, nivel aplicada y diseño no experimental - transversal, la cual fue de una población 214,804 y una muestra de 266 clientes. Obteniendo los siguientes resultados: Del 100% de los encuestados: El 81,2% está satisfecho con el servicio recibido por eso acude a ese lugar, del 100% de los encuestados: El 84,2% manifiesta que casi siempre el comportamiento de los empleados es excelente, el 75,2% menciona que el pedido siempre llega con rapidez a la mesa, el 64,7% menciona siempre el servicio y atención recibida es bueno, el 64,7% considera que elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad, el 58,3% de los dueños a veces si, a veces no capacita a los

trabajadores para atender a los clientes. Concluyendo que: Referente al Objetivo N° 02: Describir las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Las conclusiones son: La mayoría de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016, consideran que los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna, capacitan a los trabajadores para atender a los clientes y mencionan que la elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad, considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes, menciona que siempre el servicio y atención recibida es bueno y la minoría considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado.

Gonzalez (2017) en su investigación Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las mypes del sector servicio - rubro estación de servicio-grifos del distrito de Yarinacocha – periodo 2012 – 2013. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector servicio-rubro estación de servicio, del distrito de Yarinacocha, periodo 2012 – 2013, y se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características del perfil de los representantes legales de las Mypes en estudio. Describir las principales características del perfil de las Mypes en estudio. Describir las principales características de financiamiento en el ámbito de estudio. Describir las principales características, de capacitación en el ámbito de estudio. Describir las principales características, de rentabilidad en el ámbito de estudio. La metodología que se utilizó fue cuantitativa-descriptiva la cual fue de una población de 15 Mypes y la muestra estuvo conformada por 15 Mypes. Obteniendo los siguientes resultados: El 100% de los representantes legales encuestados, el 87% manifestaron que no recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito, el 93% manifestó que no recibió ningún curso de capacitación, el 67% manifestaron que sus trabajadores recibió un

curso de capacitación, el 93% manifestaron que el financiamiento si ha mejorado su rentabilidad de sus empresas. Concluyendo que: El 87% manifestó que no recibieron capacitación antes del crédito recibido, el 93% manifestó que no recibió ninguna capacitación en los dos últimos años, el 100% de los representantes encuestados manifestaron que su personal si ha recibido capacitación, el 93% de los representantes legales encuestados manifestaron que el financiamiento si mejoró la rentabilidad de sus empresas.

2.2 Bases teóricas

Gestión de calidad

La gestión de calidad es un conjunto de procesos, medidas que la organización establece mediante políticas de calidad que se aplica a los productos y servicio. “La gestión de calidad es la función directiva que se desarrolla y aplica la política de calidad a través de cuatro procesos-planificación, organización, control y mejora-, enmarcados en la dirección estratégica de la empresa” (Zapatero, 2013, p.62).

La gestión de calidad es muy importante para las organizaciones ya que se basa en estrategias, en que el producto sea de buena calidad y así poder que nuestros clientes se sientan seguros de lo que ofrecemos y que nuestra organización tenga una buena imagen. “La gestión de calidad se debe centrar no sólo en la calidad del producto, sino también en los medio para obtenerla. Por lo tanto, el aseguramiento de la calidad y el control de los procesos son claves (Díaz, 2014, p.73).

Definición de atención al cliente

La atención al cliente es importante dentro de las organizaciones porque nos ayudará a que los clientes puedan obtener información acerca de lo que se les está brindando.

La atención al cliente es fundamental para la buena marcha de cualquier empresa, ya sea grande o muy pequeña. Tan fundamental es para la empresa, que constituye una gran parte de su planificación estratégica. Muchas empresas se distinguen de sus competidores por realizar una buena estrategia de atención al cliente (Díaz, 2014, p.15).

Es un servicio que la empresa proporciona con el único fin de mantener una comunicación y relacionarse con los clientes, obteniendo información sobre cuáles son necesidades acerca del producto y/o servicio.

La atención al cliente es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento para asegurar el uso adecuado de un producto o un servicio (Arenal, 2017, p.7).

De acuerdo al texto, quiere decir que es la gestión que cada trabajador realiza manteniendo un contacto con cada cliente la cual se les brinda información o soluciones sobre la necesidad del cliente. “La atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una empresa que tiene contacto con el cliente, para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad para generar satisfacción” (Arenal, 2017, p.8).

Son conjuntos que nos ayudan a identificar las necesidades de cada tipo de clientes, en la cual se logre una satisfacción posible al ofrecer productos y/o servicios.

La atención al cliente se puede definir como el conjunto de actividades desarrolladas por las empresas con el objetivo de identificar las necesidades de los clientes actuales o potenciales, e intentar cubrirlas de tal forma que se logre la satisfacción de los clientes (Valdivia, 2013, p.171).

Atención al cliente, se basa en que los clientes esperan que las organizaciones cumplan con las expectativas al brindar un producto o servicio. “Se podría definir la atención al cliente como el conjunto de acciones empresariales que tienen como objetivo atenuar la diferencia existente entre lo que el cliente espera de la empresa (expectativas) y lo que realmente recibe de esta” (Valdivia, 2013, p.172).

Es importante lograr la satisfacción de los clientes, es por eso que se requiere contar con un departamento de atención al cliente, en donde se pueda obtener información sobre cada necesidad del cliente.

Se ha definido el servicio de Atención al cliente como el conjunto de actividades que relacionan al cliente con la empresa para lograr satisfacción, la implantación de ese servicio determinar la posibilidad de la existencia de un departamento específico de atención al cliente (Blanco, Lobato y Lobato, 2013, p.199).

Objetivos de la atención al cliente

Los objetivos de la atención al cliente es brindarle un producto y/o servicio en buenas condiciones y que sea a tiempo, así podemos lograr la confianza y seguridad de nuestros clientes. Según García (2011) A continuación nos indica que: a atención al cliente, tal como se entiende hoy día, debe fijarse unos objetivos muy precisos:

- Permitir facilitar que el cliente elija de acuerdo a sus necesidades y preferencias.
- Prestarle la información necesaria para que haga un buen uso del producto adquirido.
- Realizar la entrega del producto en las condiciones que se han acordado (envío, tiempo, etc.). Realizar seguimiento del resultado efectivo del producto vendido.
- Conservar la confianza del cliente.
- Dar continuidad a los consejos después de la venta

- Cumplir las promesas realizadas y condiciones contratadas.
- Disculparse por los posibles errores cometidos y corregirlos lo antes posible de manera efectiva.
- Lleva a cabo un correcto y eficaz servicio de posventa (p.75)

Elementos de la atención al cliente

Los elementos de la atención al cliente son:

Entorno. Es aquel que está formado por todos los elementos físicos y elementos accesorios para su puesta en funcionamiento. La opinión que tienen los clientes es muy importante si queremos que tenga una buena sensación de nuestra empresa y eso solo es posible si nuestro entorno es aceptable.

Organización. Es aquella que está formada por todos los elementos inmateriales o intangibles que utilizamos para despachar y satisfacer a los clientes

Empleados. Son aquellas personas que forman parte de la empresa y que son muy necesarias para relacionarse con los clientes. La imagen de la empresa dependerá de la imagen que los clientes tengan de los empleados de la empresa (Tarodo, 2014, p.168).

Técnicas de comunicación con los clientes

Según Díaz (2014) nos da a conocer sobre las técnicas de comunicación que se debe de tener con los clientes.

- Conocer el proceso de comunicación identificando sus elementos.
- Diferenciar claramente el proceso de comunicación y de información.
- Conocer cuáles son las barreras que pueden impedir la comunicación con el cliente.
- Identificar una comunicación efectiva así como los distintos elementos que interviene en su proceso.

- Conocer la importancia de la escucha activa y poner en práctica las habilidades técnicas y personales para ello.
- Conocer los aspectos negativos de una comunicación ineficaz. (p.10)

El departamento de atención al cliente

La atención al cliente a través de un departamento es un objetivo fundamental en la cual Tarodo (2014) “El departamento de atención al cliente es aquel departamento de la empresa que se encarga de satisfacer, a través de la prestación de servicios, todas las necesidades de los clientes” (p.178).

Funciones del departamento de atención al cliente son:

Según Tarodo (2014) Las funciones de contar con un departamento de atención al cliente se basan en el servicio que les tiene que brindar al cliente al momento de atender sus consultas, dudas o quejas.

- ✓ **Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones.** Es la función principal del departamento de atención al cliente que radica en solucionar las quejas y reclamaciones de los clientes.
- ✓ **Gestión de información del cliente a la empresa.** Es una función que radica en que la empresa debe resolver las dudas que el cliente tenga acerca de todos los servicios que ofrece.
- ✓ **Gestión del servicio de garantía post – venta.** Es una función que radica en ofrecer al cliente una serie de servicios de garantía post – venta de los servicios ofrecidos. Entre estos servicios se encuentran los de arreglar productos defectuosos o averiados o cambiárselo por otros si están en periodo de garantía.
- ✓ **Gestión de otras cuestiones.** Es una función que radica en ocuparse de otras cuestión es que afectan a los clientes (p.180).

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente viene hacer la percepción que tiene el cliente al adquirir el producto y/o servicio que las organizaciones brindan, logrando su satisfacción. “La satisfacción del cliente va a ser resultado de comparar sus expectativas con la percepción del producto o servicio recibido” (Zapatero, 2013, p.69).

El producto y/o servicio tiene que lograr la expectativa del cliente, para que se quede satisfecho, ya que el cliente es una pieza fundamental, porque de lograr sus expectativas aumentará la producción de la organización. “La satisfacción del cliente es la evaluación que hace el cliente respecto a un servicio y que depende de que el servicio responda a sus necesidades y expectativas. De lo contrario, el cliente quedará insatisfecho” (Tarodo, 2014, p.172).

Importancia de la satisfacción del cliente

La importancia de lograr la satisfacción del cliente se basa que las organizaciones brinden un producto y/o servicio de calidad, ya que si logramos que nuestros clientes se sientan satisfechos la organización tendrá beneficios a través que el cliente pueda volver a comprar o recomendar a nuestros clientes.

Los clientes cada vez son más exigentes, por lo que un buen servicio de atención al cliente creará una relación de confianza entre empresa y consumidor, también conllevará un mayor nivel de seguridad en relación con el producto o servicio (Díaz, 2014, p.80).

Fidelización del cliente

Quiere decir que es un proceso la cual es importante conseguir clientes que sean fieles a una empresa adquiriendo el producto y/o servicio con un nivel de manera duradera. “La fidelización del cliente es el sostenimiento de las relaciones a largo plazo con los clientes, consiguiendo una alta aportación en sus compras” (Tarodo, 2014. p.219).

Las estrategias de fidelización de clientes que más utilizan las empresas son:

- ✓ Realizar descuentos
- ✓ Realizar un programa de puntos a través de una tarjeta. Cuando los clientes consigan un número determinado de puntos se le cambia por un regalo, un vale-descuento o se le descuenta dinero por la compra del producto, bien o servicio
- ✓ Realizar sorteos de viajes, dinero, etc.
- ✓ Realizar un trato preferente cuando realicen la compra del producto, bien o servicio (p.221).

Estas estrategias son importantes ya que ayudaría a las empresas captar clientes fidelizados, ya que el cliente se sentiría satisfecho y recomendaría a otros.

2.3 Marco conceptual

Micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas son entidades bajo cualquier forma de organización, generando empleo para la población, en la que genera productividad y ayuda al crecimiento para poder lograr una estabilidad económica.

Gestión de calidad

Son un conjunto de técnicas que permiten mejorar los procesos del producto y/o servicio, para proporcionar la confianza del cliente con el fin de mejorar la productividad.

Atención al cliente

Es un conjunto de actividades que la organización se interrelaciona con los clientes a través de medios que permitan comunicarse e interactuando mediante información acerca del producto y/o servicio.

Grifo

Es una entidad que se dedica a la prestación de servicio de combustibles, con el fin de satisfacer la necesidad del cliente

III. HIPÓTESIS

La presente investigación gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles, no lleva hipótesis por ser una investigación descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

El diseño que se aplicó en la investigación fue No experimental-Transversal-Descriptivo.

No experimental, porque se ha realizado sin modificaciones, no se ha manipulado la variable gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.

Transversal, porque el estudio se ha realizado en un tiempo determinado.

Descriptivo, porque se describirá las principales características de los representantes, así mismo de las micro y pequeñas empresas y el análisis de la gestión de calidad en el sector servicio rubro venta de combustibles.

4.2 Población y muestra

Población: Conformado por las micro y pequeñas empresas del rubro venta de combustibles.

Para determinar el tamaño de la población se acudió a la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote como fuente de información.

La población es la totalidad de las 14 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

Muestra: Se utilizó una muestra por conveniencia de solo 12 micro y pequeñas empresas del rubro venta de combustibles las cuales brindaron la información.

4.3 Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Medición
Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas	Características de los gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas	Edad del encuestado	De 20 a menos de 30 años De 30 a menos de 40 años De 40 a menos de 50 años Más de 50 años.	Razón
		Género	Masculino Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	Primaria Secundaria Superior técnico Superior universitario	Ordinal
Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Medición

Características de las micro y pequeñas empresas	Las micro y pequeñas empresas, son entidades que brindan productos y/o servicios	Cargo en la empresa	Titular-Gerente Administrador Encargado	Ordinal
		Años de permanencia de la empresa	De cero a menos de 3 años De 3 a menos de 6 años De 6 a más años	Razón
		Tiene misión visión	Si No	Nominal
		Finalidad por la que se creó	Generar utilidades Generar empleo Satisfacer la necesidad del cliente T.A	Nominal
		Cuenta con otro local comercial	Si No	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente	Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente: Es la relación que la empresa satisface las necesidades, la cual brindando una adecuada atención a los clientes	Conoce gestión de calidad	Si No	Nominal
		Realiza una gestión de calidad	Si No	Nominal
		Planifica sus actividades	Si No	Nominal
		Calidad frente al competidor	Si No	Nominal
		Su servicio satisface las necesidades	Si No	Nominal
		Se sienten identificados con su empresa	Si No	Nominal
		Cuenta con libro de reclamaciones	Si No	Nominal
		Área para recepcionar los reclamos del cliente	Si No	Nominal
		A recepcionado una queja o reclamo por mala atención al cliente	Si No	Nominal
		Su personal recibe capacitaciones	Si No	Nominal
		El personal sabe sus tareas y responsabilidades	Si No	Nominal
		Realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción	Si No	Nominal

		Comprende a los clientes exigentes	Si No	Nominal
		Usa canales de comunicación	Si No	Nominal
		Canales de comunicación que utiliza	Comunicación directa Página web Redes sociales Correo electrónico T.A	Nominal
		Cuenta con procesos establecido en atención al cliente	Si No	Nominal
		Su servicio satisface las necesidades de los clientes	Si No	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se aplicó la técnica encuesta, como instrumento se estableció mediante un cuestionario conformado por 25 preguntas: 3 relacionadas a las características de los representantes, 5 acerca de las mypes del sector servicio rubro venta de combustibles y 17 acerca de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente. (Ver anexo 4).

4.5 Plan de análisis

Para la elaboración de tablas y figuras se utilizó el formato Excel, para el informe de investigación se utilizó el formato de texto (Word) y para el informe final el formato PDF.

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017 caso del grifo PECSA de la Avenida Pardo</p>	<p>General: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresa del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017.</p> <p>Específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017 caso del grifo PECSA Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017 Hacer un análisis comparativo de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017</p>	<p>Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente</p>	<p>Diseño: No experimental-Transversal-Descriptivo</p> <p>No experimental, porque se realizó sin modificaciones, no se ha manipulado la variable gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.</p> <p>Transversal, porque se ha realizado en un tiempo determinado.</p> <p>Descriptivo, porque se describirá las principales características de los representantes, así mismo de las micro y pequeñas empresas y de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.</p>	<p>Población: Conformado por las micro y pequeñas empresas del rubro venta de combustibles. La población es de 14 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017.</p> <p>Muestra: Se utilizó una muestra por conveniencia de 12 micro y pequeñas empresas del rubro venta de combustibles brindaron la información.</p>	<p>Técnica: encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario, conformado por 25 preguntas: 3 relacionadas a las características de los representantes, 5 acerca de las mypes del sector servicio rubro venta de combustibles y 17 acerca de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.</p>

4.7 Principios éticos

Esta investigación se pudo realizar con compromiso y confianza.

Confidencialidad: porque este trabajo se hizo con transparencia la cual los datos e información son reales, en base a los principios de cada persona.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

Características				
Edad del encuestado	Total	Porcentaje	Mype PECSA	%
De 20 a menos de 30 años	2	16,7%	1	100,0%
De 30 a menos de 40 años	4	33,3%	0	0,0%
De 40 a menos de 50 años	5	41,7%	0	0,0%
Más de 50 años	1	8,3%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Género				
Masculino	10	83,3%	0	0,0%
Femenino	2	16,7%	1	100,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Grado de instrucción				
Primaria	0	0,0%	0	0,0%
Secundaria	3	25,0%	0	0,0%
Superior técnico	8	66,7%	1	100,0%
Superior universitario	1	8,3%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, año 2017.

Tabla 2: Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017

Características				
Cargo en la empresa	Total	Porcentaje	Mype PECSA	%
Titular -Gerente	0	0,0	0	0,0%
Administrador	2	16,7%	0	0,0%
Encargado	10	83,3%	1	100,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Años de permanencia de la empresa				
De cero a menos de 3 años	0	0,0%	0	0,0%
De 3 a menos de 6 años	2	16,7%	1	100,0%
De 6 a más años	10	83,3%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Tiene misión y visión				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Finalidad por la que se creó su empresa				
Generar utilidades	0	0,0%	0	0,0%
Generar empleo	0	0,0%	0	0,0%
Satisfacer la necesidad del cliente	0	0,0%	0	0,0%
T.A	12	100,0%	1	100,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Cuenta con otro local comercial				
Si	10	83,3%	0	0,0%
No	2	16,7%	1	100,0%
Total	12	100,0%	0	100,0%

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, año 2017.

Tabla 3: Hacer un análisis comparativo de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al clientes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017

Características				
Conoce gestión de calidad	Total	Porcentaje	Mype PECSA	%
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Realiza una gestión de calidad				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Planifica sus actividades				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Calidad frente al competidor				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Su servicio satisface las necesidades				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Se sienten identificados con su empresa				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Cuenta con un libro de reclamaciones				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Área para recepcionar los reclamos del cliente				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
A recepcionado una queja o reclamo por mala atención al cliente				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%

Continúa...

Tabla 3: Hacer un análisis comparativo de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017

Concluye

Su personal recibe capacitaciones para una atención al cliente				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
El personal sabe sus tareas y responsabilidades				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción				
Si	10	83,3%	1	100,0%
No	2	16,7%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Comprende a los clientes exigentes que van a su empresa				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Usa canales de comunicación con los clientes				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Canales de comunicación que utiliza con sus clientes				
Comunicación directa	4	33,3%	1	100,0%
Página web	2	16,7%	0	0,0%
Redes sociales	0	0,0%	0	0,0%
correo electrónico	0	0,0%	0	0,0%
T.A	6	50,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Su empresa cuenta con procesos establecidos en atención al cliente				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%
Su servicio satisface las necesidades de los clientes				
Si	12	100,0%	1	100,0%
No	0	0,0%	0	0,0%
Total	12	100,0%	1	100,0%

Fuente: cuestionario aplicado de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, año 2017.

5.1 Análisis de resultados

Respecto al objetivo específico 1

El 33,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 30 a 40 años de edad, lo que se difiere ligeramente con la edad del representante de la mype tomada como caso del grifo PECSA, en la cual se concluye que la edad del representante es de 20 a 30 años de edad.

El 83,3 de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas son del género masculino, lo que se difiere con el género del representante de la mype tomada como caso del grifo PECSA, en la cual se concluye que el género del representante es femenino.

El 66,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas el grado de instrucción son de superior técnico, coincide con el caso del grifo PECSA, en la cual se concluye que el grado de instrucción del representante es de superior técnico.

Respecto al objetivo específico 2

El 83,3% de las micro y pequeñas empresas dirigen la empresa como encargados, coincide con el caso del grifo PECSA, se concluye quien dirige la empresa se desempeña como encargado.

El 83,3% de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de combustibles tienen de 6 a más años de permanencia en el mercado, lo que nos indica que son negocios que aún siguen teniendo una buena posición, lo que se difiere ligeramente con la mype tomada como caso del grifo PECSA, en la cual indica que tiene de 3 a menos de 6 años en el mercado.

El 100,0% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no indicó que tienen misión y visión, se compara con la mype tomada como caso del grifo PECSA, la cual nos dice que tienen misión y visión para el logro de los objetivos.

El 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas la finalidad por la que se creó la empresa se optaron por todas las anteriores, generar utilidad, generar empleo, satisfacer las necesidades del cliente, se compara con el caso del grifo PECSA que la finalidad por la que se creó es que optó por todas las anteriores.

El 83,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con otro local comercial, lo cual no concuerda con el caso de la mypes del grifo PECSA, que no cuentan con otro local comercial.

Respecto al objetivo específico 3

Hacer un análisis comparativo de las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en el sector servicio rubro venta de combustibles y el caso de la mype del grifo PECSA

El 100,0% de las mypes rubro venta de combustibles coincide con el caso de la mype grifo PECSA, que manifiestan que si conocen lo que es gestión de calidad.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles coincide con el caso del grifo PECSA en que manifiestan que si realiza una gestión.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles, coincide con el caso del grifo PECSA la cual manifiestan que si planifican sus actividades.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles, coincide con el caso de la mype del grifo PECSA, la cual manifiesta que el servicio que ellos brindan es de calidad frente al de su competidor.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles, coincide con el caso de la mype del grifo PECSA, la cual manifiesta que el servicio que brindan si satisface las necesidades.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles, coincide con el caso de la mype del grifo PECSA, que si se sienten identificados con su empresa.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles corrobora con el caso de la mype del grifo PECSA, que si cuenta con libro de reclamaciones.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles, coincide con el caso de la mype del grifo PECSA, manifiesta que cuenta con un área para recepcionar los reclamos.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles, coinciden con el caso de la mype del grifo PECSA que si ha recibido una queja o reclamo por una mala atención.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles coincide con el caso de la mype del grifo PECSA manifiestan que su personal si recibe capacitaciones para brindar una buena atención al cliente.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles coincide con el caso de la mypes grifo PECSA manifiesta que si sabe sus tareas y responsabilidades para el logro de los objetivos.

El 83,3% de les mypes del rubro venta de combustibles coincide con el caso de la mype del grifo PECSA, manifiesta que si realizan encuestas para medir el nivel de satisfacción.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles coincide con el caso de la mype del grifo PECSA, la cual manifiesta que comprenden a los clientes exigentes.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles coincide con el caso de la mype grifo PECSA manifiesta que si usa canales de comunicación, la cual si son importantes para poder tener una buena relación con nuestros clientes.

El 50,0% de las mypes del rubro venta de combustibles optaron por la alternativa de todas las anteriores, lo que se difiere con el caso de la mype del grifo PECSA la cual mantiene una comunicación directo con sus clientes.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles coincide con el caso de la mype del grifo PECSA manifiesta que cuentan con procesos establecidos en atención al cliente.

Esto quiere decir que es importante contar con procesos en atención , la cual permiten responder a las necesidades de los clientes.

El 100,0% de las mypes del rubro venta de combustibles coincide con el caso de la mype del grifo PECSA la cual manifiesta que su servicio si satisface las necesidades de los clientes.

Esto quiere decir que brindan un buen servicio, la cual el cliente se siente satisfecho para cubrir sus necesidades.

CONCLUSIONES

Se llegó a las siguientes conclusiones:

- La mayoría simple de los representantes (41,7%) encuestados tienen de 40 a menos de 50 años, lo que se difiere con la mype tomada como caso grifo PECSA la cual se concluye que la edad del representante es de 20 a 30 años, la mayoría (83,3%) encuestados son del género masculino, lo que se difiere con el caso de la mype grifo PECSA, la cual se concluye que el género del representante es femenino, la mayoría (66,7%) encuestados son de superior técnico coincide con el caso de la mype grifo PECSA, la cual se concluye que el grado del representante es de superior técnico.
- La mayoría de las micro y pequeñas empresas el (83,3%) encuestados dirigen la empresa como personas encargadas, coincide con el caso de la mype grifo PECSA, se concluye quien dirige la empresa es como encargado, la mayoría el (83,3%) del rubro venta de combustibles la permanencia en el mercado es de 6 a más años, lo que se difiere con el caso de la mype grifo PECSA, se concluye que la permanencia que tiene en el mercado es de 3 a menos de 6 años, la totalidad el (100,0%) indicó que cuentan con misión y visión,

coincide con el caso de la mype grifo PECSA, se concluye que es importante contar con una misión y visión para el logro de los objetivos, el (100,0%) coincide con el caso de la mype grifo PECSA, se concluye que se creó la empresa con la finalidad de todas la anteriores como generar utilidades, generar empleo y satisfacer las necesidades, el (83,3%) cuentan con otro local comercial, se difiere con el caso de la mype grifo PECSA, en donde se concluye que no cuenta con otro local comercial.

- La totalidad de las micro y pequeñas empresas el (100,0%) coincide con el caso de la mype grifo PECSA, la cual se concluye que si tienen conocimiento de gestión de calidad, el (100,0%) coincide con el caso de la mype grifo PECSA, la cual se concluye que si se realiza una gestión de calidad porque permite una mejor en los productos y/o servicios, el (100,0%) coincide con el caso de la mype grifo PECSA, la cual se concluye que planifican sus actividades para obtener buenos resultados, el (100,0%) coincide con el caso de la mype grifo PECSA que su servicio si es de calidad frente al de su competencia, el (100,0%) coincide con el caso de la mype del grifo PECSA, la cual se concluye que es importante satisfacer las necesidades, el (100,0%) de las mypes rubro venta de combustibles coincide con la mype tomada como caso grifo PECSA que se sienten identificados con la empresa, la totalidad (100,0%) cuentan con libro de reclamaciones, la totalidad (100,0%) cuenta con área para recepcionar los reclamos, si ha recibido una queja o reclamo, si recibe capacitaciones, la totalidad (100,0%) de las mypes rubro venta de combustibles coincide con el caso grifo PECSA, se concluye que es importante que conozcan sus tareas y responsabilidades para poder brindar una buena atención, la mayoría (83,3%) de las mypes rubro venta de combustibles coincide con la mype tomada como caso grifo PECSA, la cual si realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción, la totalidad (100,0%) de las mypes rubro venta de combustibles coincide con la mype tomada como caso grifo PECSA, se concluye que si comprenden a los clientes exigentes, la totalidad (100,0%) de las mypes rubro venta de combustibles coincide con la mype tomada como caso grifo PECSA, se concluye que al usar canales de

comunicación ayuda a poder relacionarnos mejor con los clientes, la mitad (50,0%) de las mypes rubro venta de combustibles se difiere con la mype tomada como caso grifo PECSA, la cual se concluye que la comunicación que tienen con sus clientes es de manera directa, la totalidad (100,0%) de las mypes rubro venta de combustibles coincide con el caso grifo PECSA, la cual se concluye que es importante los procesos establecidos en atención al cliente para que así se sientan en confianza con la información que se les brinda, la totalidad (100,0%) de las mypes rubro venta de combustibles su servicio si satisface sus necesidades de los clientes, coincide con el caso de la mype del grifo PECSA, la cual es un servicio que se puede recomendar a otros clientes.

Recomendaciones

- La gestión de calidad dentro de las mypes ayuda a la mejora continua del producto y/o servicio la cual así podremos mantener a nuestros clientes satisfechos y que confíen en la empresa como imagen ya que es importante porque se les brinde un buen producto y/o servicio.
- Utilizar los canales de comunicación ayuda a que las empresas se relacionen con sus clientes para poder satisfacer sus necesidades. Los medios de comunicación nos ayudan a poder brindar la información sobre el producto y/o servicio que la empresa brinda a través de diferentes canales que se utilizan.

Referencias bibliográficas

- Abad, M. y Pincay, D. (2014). *Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad de una empresa se seguros de Guayaquil*. (Tesis). Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7451/1/UPS-GT000777.pdf>
- Antúnez, L. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043053>
- Arenal, L. C. (2017). *Gestión de la atención al cliente / consumidor. Uf0036*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?pg=8&docID=5190124&tm=1541611279503>
- Blanco, G. C., Lobato, G.F., y Lobato, V. F. (2013). *Comunicación y atención al cliente. Macmillan Iberia, S.A.* Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?pg=192&docID=3217294&tm=1511453911696>
- Carpio, B. (2013). *Estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios de INTEC C.A. en la Web 2.0*. (Tesis). Recuperado de: <https://bibliovirtualujap.files.wordpress.com/2013/05/tesis-final.pdf>
- Carriero, C. (2017). *Pymes mexicanas y su estrategia para 2017*. México: Forbes. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-y-su-estrategiapara-2017/>
- Díaz, F. M. (2014). *Manual. Atención básica al cliente (mf1329_1)*. Certificados de profesionalidad. Actividades auxiliares de comercio (comt0211). Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?pg=75&docID=4422016&tm=1541611159096>

García, C. M. J. (2011). *Gestión de la atención al cliente:/consumidor (UF0036)*. Málaga, ES: IC Editorial. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?pg=16&docID=3211429&tm=1513397361058>

Gonzales, M. (2014). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las mypes del sector servicio - rubro estación de servicio – grifos, del distrito de Yarinacocha*, (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037836>

INEI (2013) *Solo un 14.2% de las mypes se capacita en gestión empresarial*. Lima, Perú: Gestión. Recuperado de: <http://gestion.pe/empresas/solo-142-mypes-secapacitageestionempresarial-2059214>

Ocaña, K. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, año 2016*. (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045559>

Quintero, R. (2017). *El futuro de las pymes en Colombia*. Colombia: El espectador. Recuperado de: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/elfuturodepymescolombia-articulo-673801>

Rodríguez, Y. (2017) *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044459>

Tarodo, P. C. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=164&docID=3229607&tm=1541610936364>

Tarrío, F. (2017). *Se hace difícil cumplir el objetivo de bajar la inflación. Argentina: c@me. Recuperado de: http://redcame.org.ar/contenidos/comunicado/_Sehacedificil-cumplir-con-elobjetivo-de-bajar-la-inflacion_.1406.html*

Torres, G. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017.* (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044822>

Valdivia, G. J. A. (2013). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o micro empresas (mf1790_3).* Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=176&docID=4184011&tm=1541611393093>

Vallejo, G. (2018). *Si el cliente es prioridad, ingresos suben hasta 40.* Colombia: Portafolio. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/si-el-cliente-es-prioridad-ingresos-suben-515699>

Zapatero, Á. A. I. (2013). *Manual actividades auxiliares de comercio: atención básica al cliente.* Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=69&docID=3216966&tm=1541612468208>

Anexos

Anexo 1 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS															
	SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
Socialización del SPA	X															
Tema de investigación		X														
Planteamiento del problema			X													
Objetivos				X												
Revisión de la literatura				X	X											
Marco teórico y conceptual					X	X										
Hipótesis							X									
Metodología							X	X								
Resultados de la investigación								X	X							
Análisis de resultados										X						
Conclusiones y recomendaciones										X	X					
Informe final												X				
Revisión del informe final													X			
Evaluación del informe final														X		
Revisión del informe final														X		
Sustentación del informe final															X	

Anexo 2 Presupuesto

Materiales	Cantidad	Costo unitario	Total
Lapiceros	2	2.00	4.00
USB	2	25.00	50.00
Impresión	70	0.20	14.00
Internet mensual	4	40.00	160.00
Pasajes	110	4.00	440.00
Pasajes para ir a tutorías	10	2.00	20.00
Total			S/. 688.00

Anexo 3 Población y muestra

N°	Nombre comercial	Dirección
1	Grifo pecca	P.J Primero de mayo
2	Grifo el campeon s.r.l	Urb. Casuarinas MA P1Lt.19
3	Magran s.a	Av. Pacífico
4	Grifo la doxa e.i.r.l	Upis. Villa san luis
5	“Estación de servicio rent-gas sac”	Buenos aires I Etapa
6	Grifo “Gaspétrol”	Av. Pacífico con Av. Pelicanos
7	Estacion de servicios Buenos aires	II Etapa Buenos aires
8	Estacion de servicios “Buenos aires”	Urb. Buenos aires I Etapa
9	Stacion casuarinas s.a.c	Av. Pacífico
10	“Estacion de servicio san luis”	A.H Los angeles
11	Estacion de servicio gasocentro “Gesa”	Urb. Casuarinas II Etapa
12	Estación de servicio gasocentro “coesti s.a”	Urb. Casuarinas parcela
13	Estacion de servicio costa gas	P.J Villa maría
14	ESTACION DE SERVICIOS DAVID NR S.A.C	A.H Los angeles

Anexo 4 Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Cuestionario de aplicación a los dueños, gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de combustibles del distrito de nuevo Chimbote, año 2018

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las micro y pequeñas empresas, con fines pedagógicos y de investigación para optar el grado de Bachiller en Administración y es estrictamente confidencial gracias por su colaboración.

I. Acerca de los representantes de las micro y pequeñas empresas

1. ¿Cuál es su edad?

- a) De 20 a menos de 30 años
- b) De 30 a menos de 40 años
- c) De 40 a menos de 50 años
- d) Más de 50 años

2. ¿Cuál es su género?

- a) Masculino
- b) Femenino

3. ¿Cuál es su grado de instrucción?

- a) Primaria
- b) Secundaria

- c) Superior técnico
- d) Superior universitario

II. Acerca de las micro y pequeñas empresas

4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?
 - a) Titular-Gerente
 - b) Administrador
 - c) Encargado

5. ¿Cuántos años de permanencia tiene su empresa en el mercado?
 - a) De cero a menos de 3 años
 - b) De 3 a menos de 6 años
 - c) De 6 a más años

6. ¿Cuenta su empresa con misión y visión?
 - a) Si
 - b) No

7. ¿Cuál es la finalidad por la que se creó su empresa?
 - a) Generar utilidades
 - b) Generar empleo
 - c) Satisfacer la necesidad del cliente
 - d) T.A

8. ¿Cuenta su empresa con otro local comercial?
 - a) Si
 - b) No

III. Acerca de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente

9. ¿Conoce Ud. Lo que es gestión de calidad?
 - a) Si
 - b) No

10. ¿Realiza una gestión de calidad en su empresa?

- a) Si
 - b) No
11. ¿La empresa planifica sus actividades para realizar una gestión de calidad?
- a) Si
 - b) No
12. ¿Considera que su servicio es de calidad con respecto al de su competencia?
- a) Si
 - b) No
13. ¿Considera que su servicio satisface las necesidades del cliente?
- a) Si
 - b) No
14. ¿Considera que los clientes se sienten identificados con su empresa?
- a) Si
 - b) No
15. ¿Su empresa cuenta con un libro de reclamaciones?
- a) Si
 - b) No
16. ¿Su empresa cuenta con un área para recepcionar los reclamos del cliente?
- a) Si
 - b) No
17. ¿Su empresa a recepcionado una queja o reclamo por mala atención al cliente?
- a) Si
 - b) No
18. ¿Su personal recibe capacitaciones para brindar una buena atención al cliente?
- a) Si

b) No

19. ¿El personal tiene claro cuáles son sus tareas y responsabilidades para brindar una mejor atención al cliente?

a) Si

b) No

20. ¿La empresa realiza encuesta para medir el nivel de satisfacción del cliente?

a) Si

b) No

21. ¿Usted comprende a los clientes exigentes que visitan a su empresa?

a) Si

b) No

22. ¿Usted usa canales de comunicación con los clientes?

a) Si

b) No

23. ¿Qué canales de comunicación utiliza para relacionarse con sus clientes?

a) Si

b) No

24. ¿Su empresa cuenta con procesos establecidos en atención al cliente?

a) Si

b) No

25. ¿Considera usted que su servicio satisface las necesidades de los clientes?

a) Si

b) No

Nuevo Chimbote.2018

Anexo 5 Tabulación de la encuesta

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Total	Porcentaje	Mype PECSA	%
Edad del encuestado	De 20 a menos de 30 años	II	2	16,7%	1	100,0%
		IIII	4	33,3%	0	0,0%
	De 30 a menos de 40 años	IIII	5	41,7%	0	0,0%
		I	1	8,3%	0	0,0%
	De 40 a menos de 50 años	IIII II	12	100,0%	1	100,0%
	Más de 50 años					
Total						
Género del encuestado	Masculino	IIII III	10	83,3%	0	0,0%
	Femenino	II	2	16,7%	1	0,0%
	Total	IIII III II	12	100,0%	1	100,0%
Grado de instrucción	Primaria	-----	0	0,0%	0	0,0%
	Secundaria	III	3	25,0%	0	0,0%
	Superior técnico	IIII III	8	66,7%	1	100,0%
	Superior universitario	I	1	8,3%	0	0,0%
		IIII III II	12	100,0%	1	100,0%
	Total					

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Total	Porcentaje	Mype PECSA	%
Cargo en la empresa	Titular-Gerente	-----	0	0,0%	0	0,0%
	Administrador	II	2	16,7%	0	0,0%
	Encargado	IIII III	10	83,3%	1	100,0%
	Total	IIII III II	12	100,0%	1	100,0%
Años de permanencia de la empresa	De cero a menos de 3 años	-----	0	0,0%	0	100,0%
	De 3 a menos de 6 años	II	2	16,7%	1	0,0%
		IIII III	10	83,3%	0	0,0%
	De 6 a más años	IIII III II	12	100,0%	1	100,0%
	Total					

Misión y visión	Si	III III II	12	100,0%	1	100,0%
	No	----	0	0,0%	0	0,0%
	Total	III III II	12	100,0%	1	100,0%
Finalidad por la que se creó su empresa	Generar utilidades	----	0	0,0%	0	0,0%
	Generar empleo	----	0	0,0%	0	0,0%
	Satisfacer la necesidad del cliente	----	0	0,0%	0	0,0%
	T.A	III III II	12	0,0%	1	100,0%
	Total	III III II	12	100,0%	1	100,0%
Cuenta con otro local comercial	Si	III III	10	83,3%	0	0,0%
	No	II	2	16,7%	1	100,0%
	Total	III III II	12	100,0%	1	100,0%

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Total	Porcentaje	Mype PECSA	%
Conoce gestión de calidad	Si	III III II	12	100,0%	1	100,0%
	No	----	0	0,0%	0	0,0%
	Total	III III II	12	100,0%	1	100,0%
Realiza una gestión de calidad	Si	III III II	12	100,0%	1	100,0%
	No	----	0	0,0%	0	0,0%
	Total	III III II	12	100,0%	1	100,0%
Planifica sus actividades	Si	III III II	12	100,0%	1	100,0%
	No	----	0	0,0%	0	0,0%
	Total	III III II	12	100,0%	1	100,0%
Calidad frente al competidor	Si	III III II	12	100,0%	1	100,0%
	No	----	0	0,0%	0	0,0%
	Total	III III II	12	100,0%	1	100,0%
Su servicio satisface las necesidades	Si	III III II	12	100,0%	1	100,0%
	No	----	0	0,0%	0	0,0%
	Total	III III II	12	100,0%	1	100,0%
Se sienten identificados con su empresa	Si	III III II	12	100,0%	1	100,0%
	No	----	0	0,0%	0	0,0%
	Total	III III II	12	100,0%	1	100,0%
Cuenta con	Si	III III II	12	100,0%	1	100,0%

un libro de reclamaciones del cliente	No Total	----- ███ ███ II	0 12	0,0% 100,0%	0 1	0,0% 100,0%
Área para recepcionar los Reclamos del cliente	Si No Total	███ ███ II ----- ███ ███ II	12 0 12	100,0% 0,0% 100,0%	1 0 1	100,0% 0,0% 100,0%
A recepcionado una queja o reclamo por mala atención al cliente	Si No Total	███ ███ II ----- ███ ███ II	12 0 12	100,0% 0,0% 100,0%	1 0 1	100,0% 0,0% 100,0%
Su personal recibe capacitaciones para una atención al cliente	Si No Total	███ ███ II ----- ███ ███ II	12 0 12	100,0% 0,0% 100,0%	1 0 1	100,0% 0,0% 100,0%
El personal sabe sus tareas y responsabilidades	Si No Total	███ ███ II ----- ███ ███ II	12 0 12	100,0% 0,0% 100,0%	1 0 1	100,0% 0,0% 100,0%
Realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción	Si No Total	███ ███ II ----- ███ ███ II	12 0 12	100,0% 0,0% 100,0%	1 0 1	100,0% 0,0% 100,0%
Comprende a los clientes exigentes que van a su empresa	Si No Total	███ ███ II ----- ███ ███ II	12 0 12	100,0% 0,0% 100,0%	1 0 1	100,0% 0,0% 100,0%

Usa canales de comunicación con los clientes	Si		12	100,0%	1	100,0%
	No	----	0	0,0%	0	0,0%
	Total		12	100,0%	1	100,0%
Canales de comunicación que utiliza con sus clientes	Comunicación directa		4	33,3%	1	100,0%
	Página web		2	16,7%	0	0,0%
	Redes sociales	----	0	0,0%	0	0,0%
	Correo electrónico	----	0	0,0%	0	0,0%
	T.A		6	50,0%	0	0,0%
	Total		12	100,0%	1	100,0%
Su empresa cuenta con procesos establecidos en atención al cliente	Si		12	100,0%	1	100,0%
	No	----	0	0,0%	0	0,0%
	Total		12	100,0%	1	100,0%
Su servicio satisface las necesidades de los clientes	Si		12	100,0%	1	100,0%
	No	----	0	0,0%	0	0,0%
	Total		12	100,0%	1	100,0%

FIGURAS

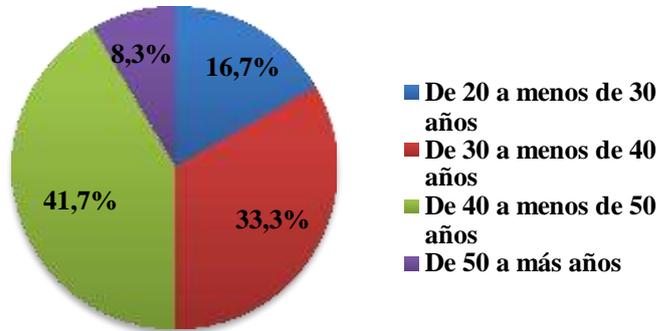


Figura 1: edad del encuestado

Fuente: tabla 1

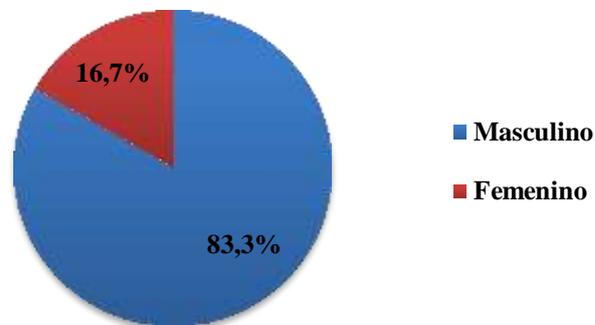


Figura 2: género

Fuente: tabla 1

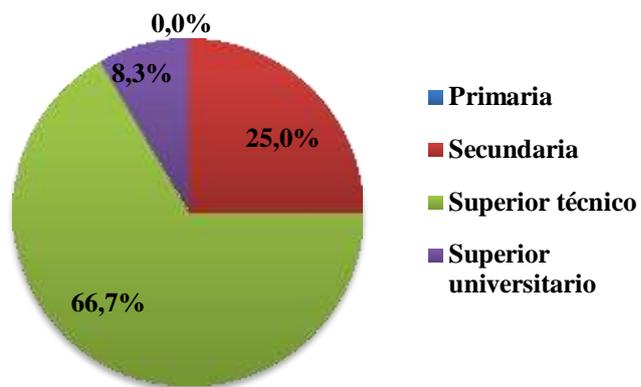


Figura 3: grado de instrucción

Fuente: tabla 1

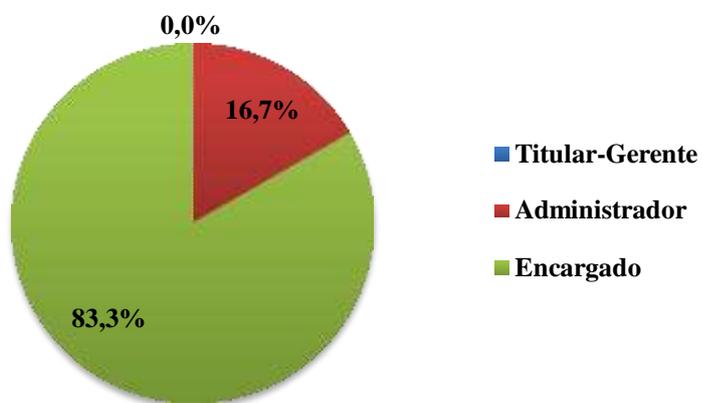


Figura 4: cargo en la empresa

Fuente: tabla 2

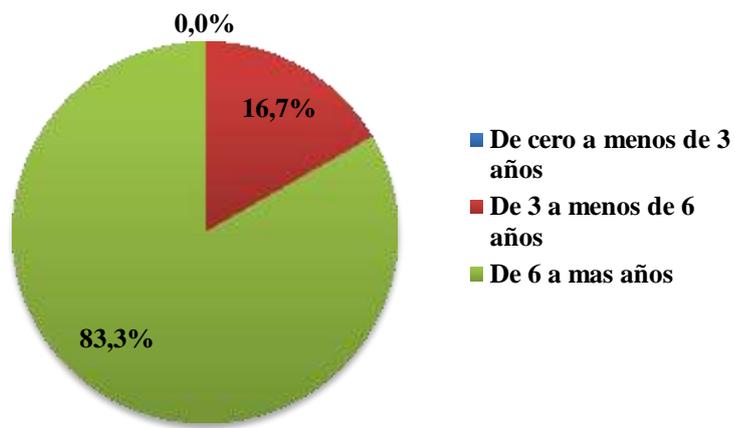


Figura 5: años de permanencia de la empresa

Fuente: tabla 2

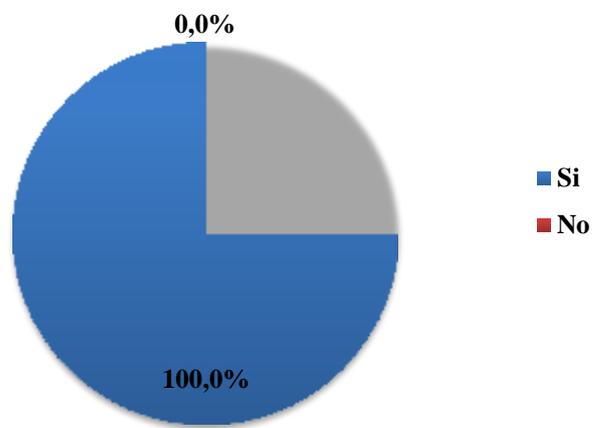


Figura 6: tiene misión y visión

Fuente: tabla 2

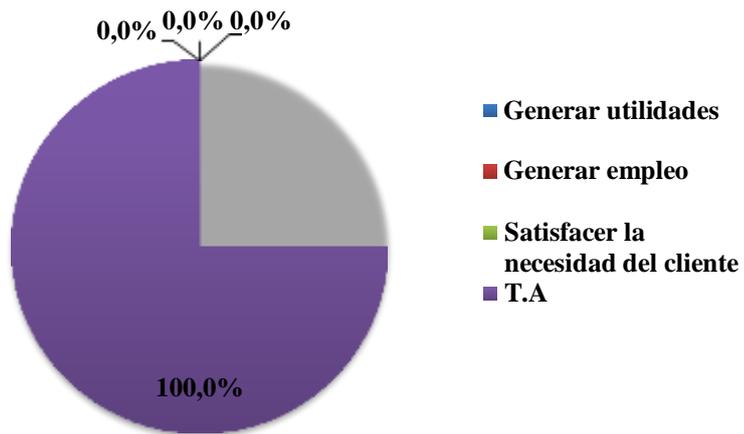


Figura 7: finalidad por la que se creó su empresa

Fuente: tabla 2

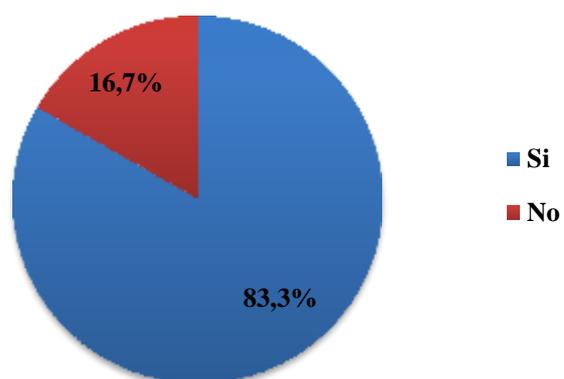


Figura 8: cuenta con otro local comercial

Fuente: tabla 2

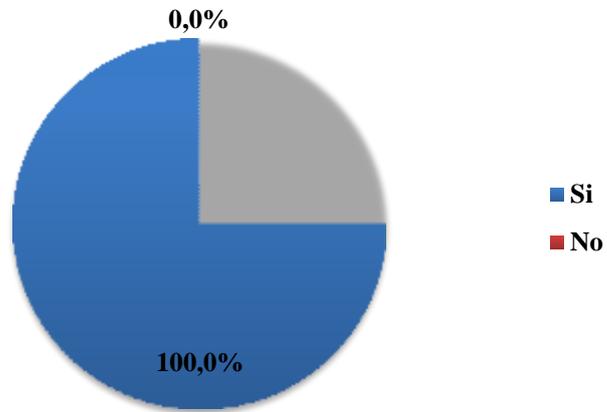


Figura 9: conoce gestión de calidad

Fuente: tabla 3

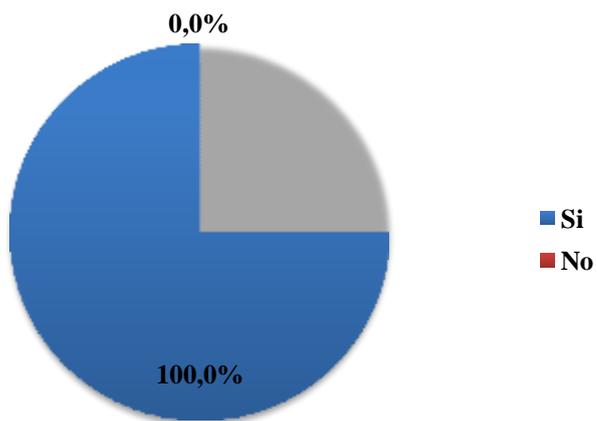


Figura 10: realiza una gestión de calidad

Fuente: tabla 3

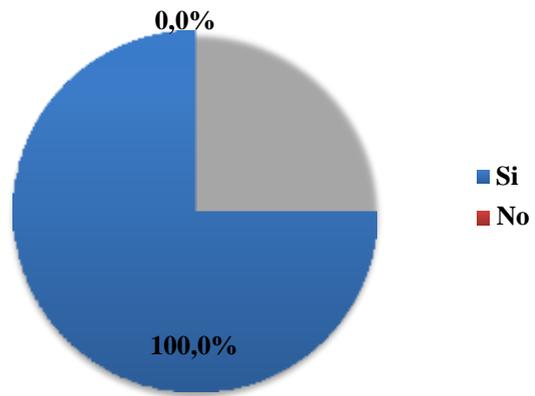


Figura 11: planifica sus actividades

Fuente: tabla 3

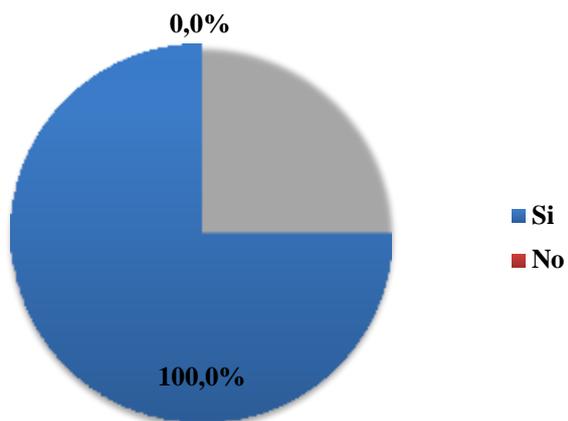


Figura 12: calidad frente al competidor

Fuente: tabla 3

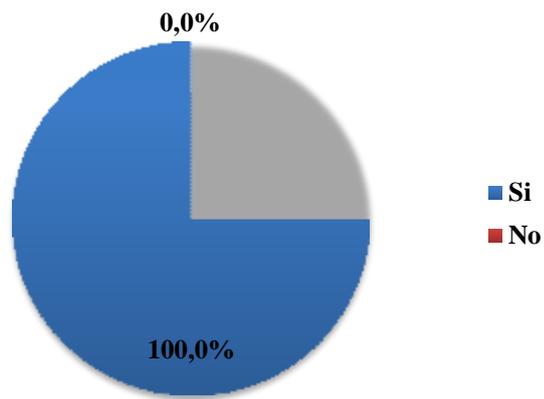


Figura 13: su servicio satisface las necesidades

Fuente: tabla 3

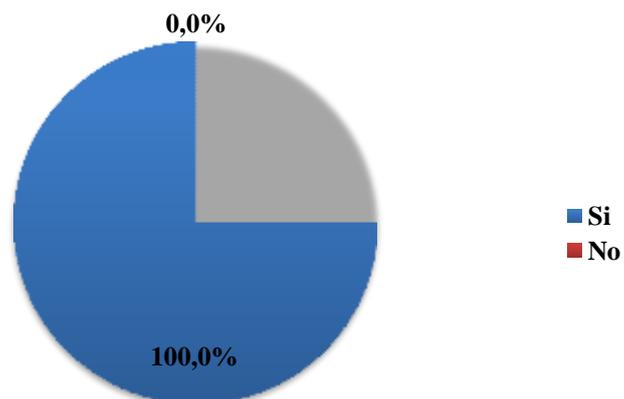


Figura 14: se sienten identificados con su empresa

Fuente: tabla 3

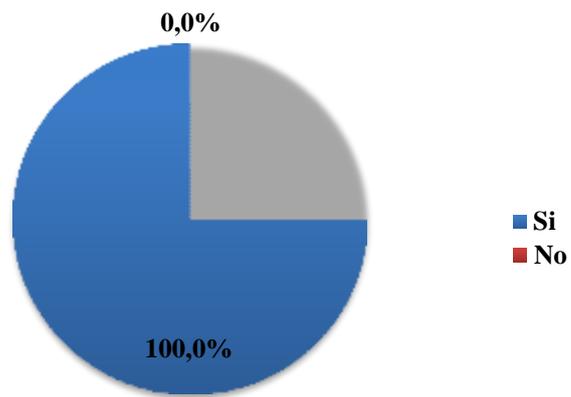


Figura 15: cuenta con un libro de reclamaciones

Fuente: tabla 3

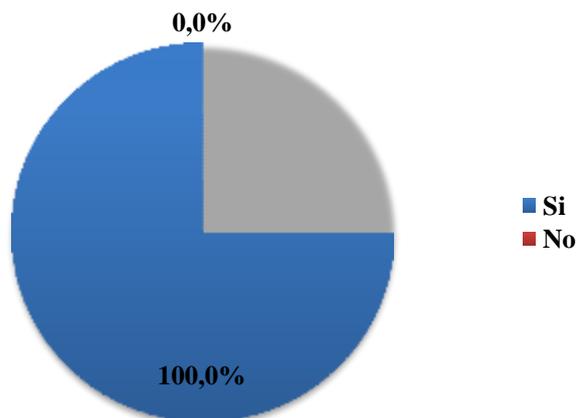


Figura 16: área para recepcionar los reclamos del cliente

Fuente: tabla 3

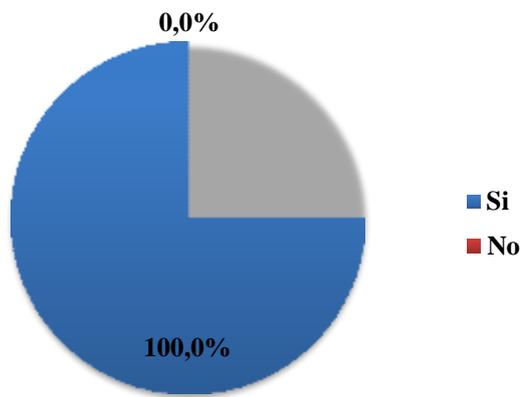


Figura 17: ¿ha recibido una queja o reclamo por mala atención al cliente?

Fuente: tabla 3

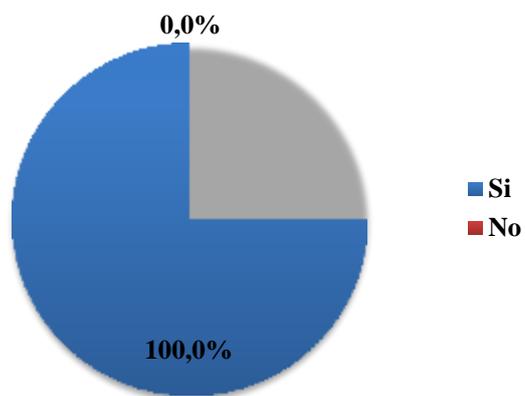


Figura 18: ¿su personal recibe capacitaciones para una atención al cliente?

Fuente: tabla 3

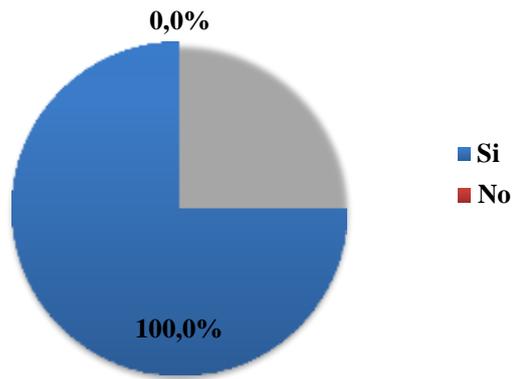


Figura 19: el personal sabe sus tareas y responsabilidades

Fuente: tabla 3

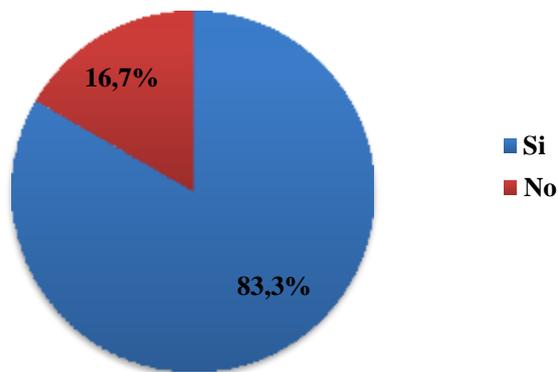


Figura 20: realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción

Fuente: tabla 3

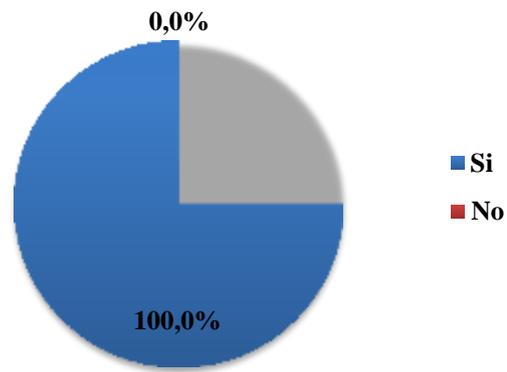


Figura 21: comprende a los clientes exigentes que van a su empresa

Fuente: tabla 3

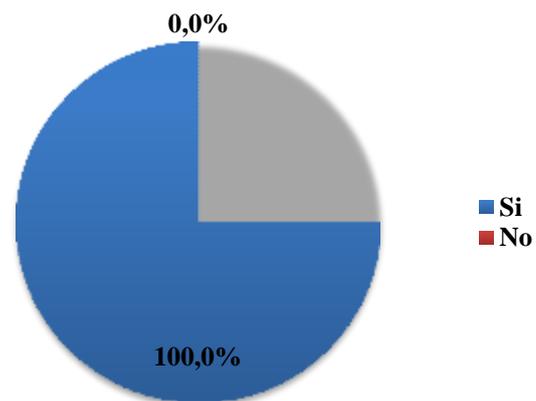


Figura 22: usa canales de comunicación

Fuente: tabla 3

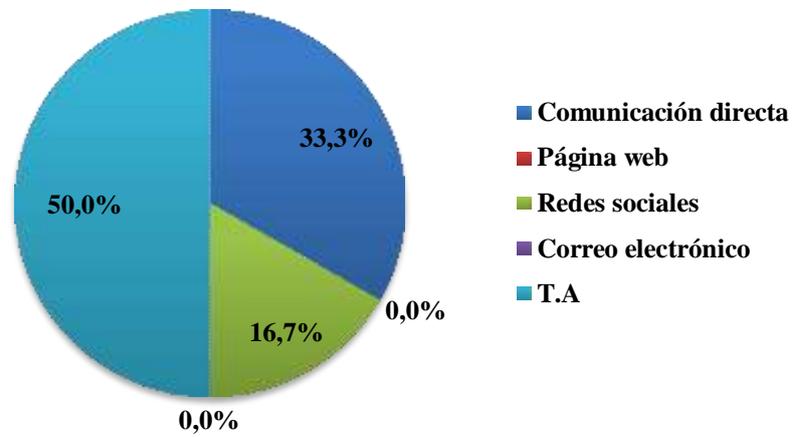


Figura 23: canales de comunicación que utiliza con sus clientes

Fuente: tabla 3

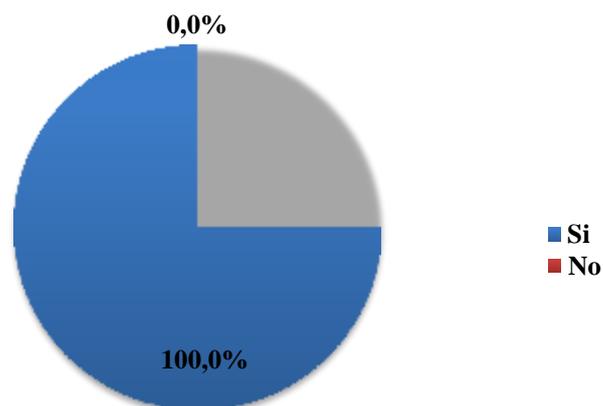


Figura 24: su empresa cuenta con procesos establecidos en atención al cliente

Fuente: tabla 3

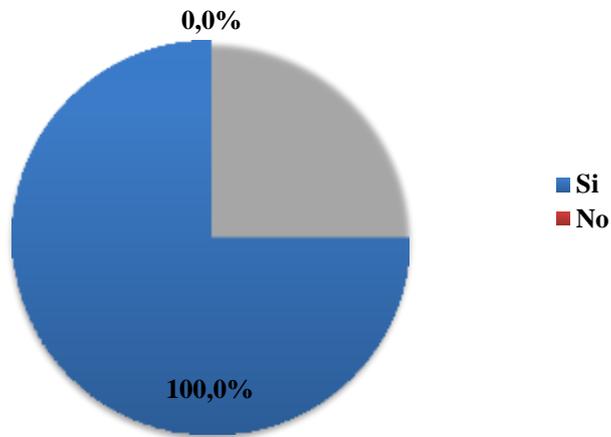


Figura 25: su servicio satisface las necesidades de los clientes

Fuente: tabla 3

FIGURAS DE LA MYPE CASO GRIFO PECSA

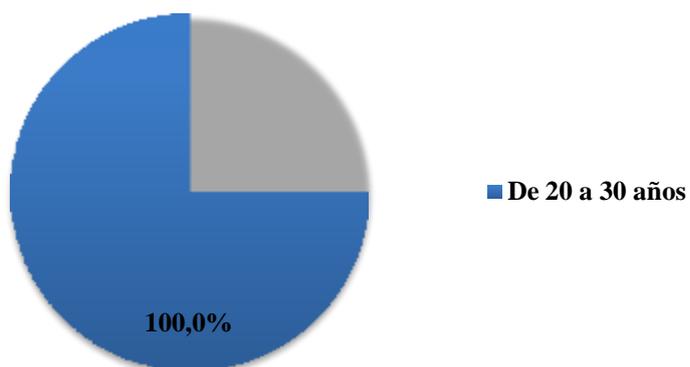


Figura 1: edad del encuestado

Fuente: tabla

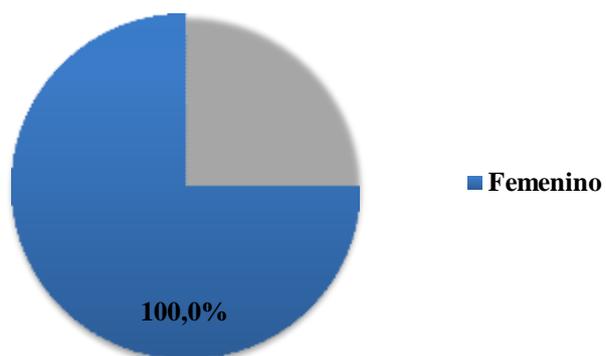


Figura2: género

Fuente: tabla1

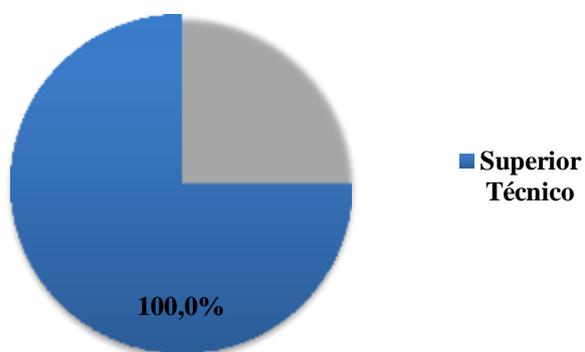


Figura 3: grado de instrucción

Fuente: tabla 1

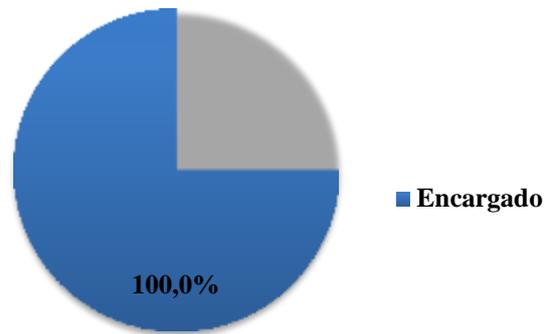


Figura 4: cargo en la empresa

Fuente: tabla 2

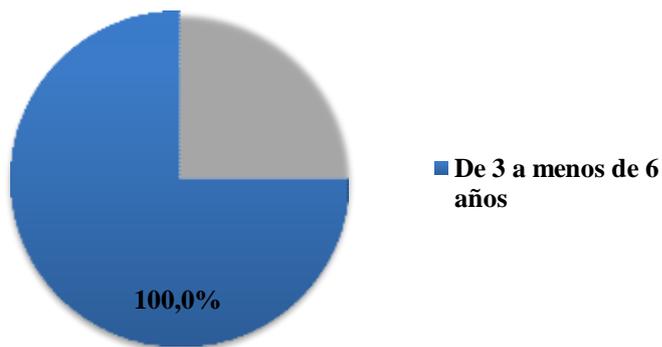


Tabla 5: años de permanencia de la empresa

Fuente: tabla 2

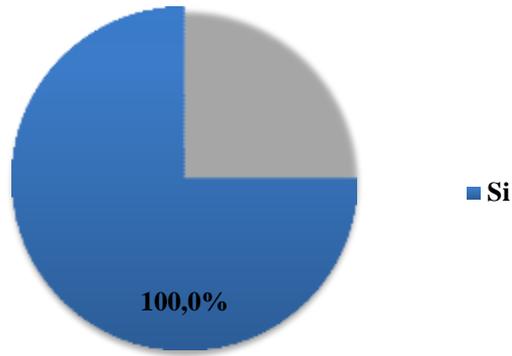


Figura 6: tiene misión y visión

Fuente: tabla 2

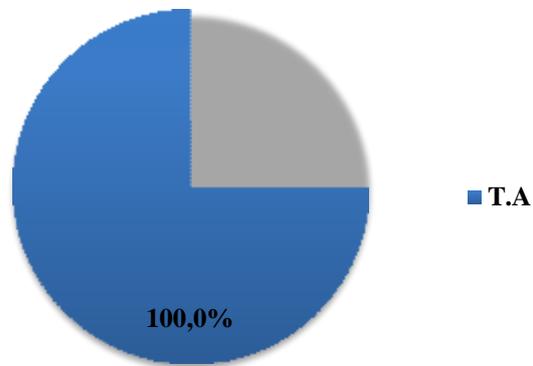


Figura 7: finalidad por la que se creó su empresa

Fuente: tabla 2

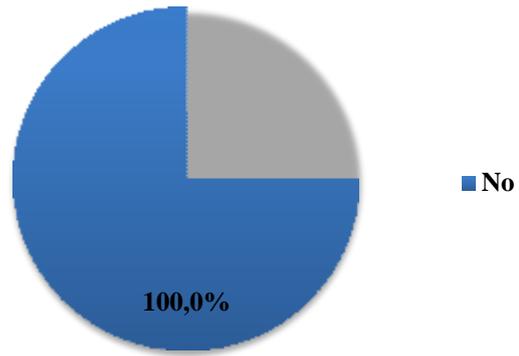


Figura 8: cuenta con otro local comercial

Fuente: tabla 2

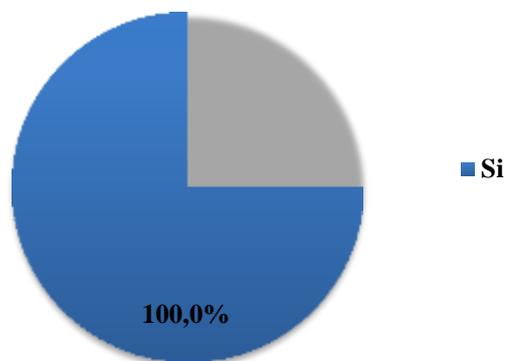


Figura 9: conoce gestión de calidad

Fuente: tabla 3

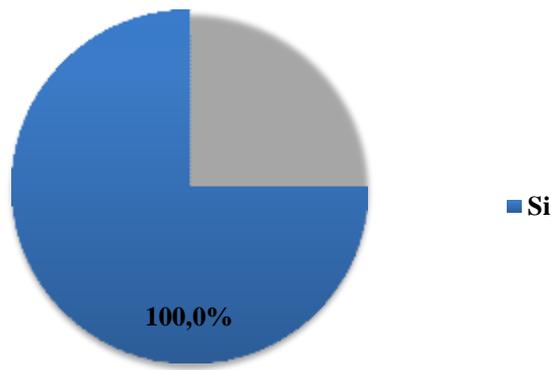


Figura 10: realiza una gestión de calidad
Fuente: tabla 3

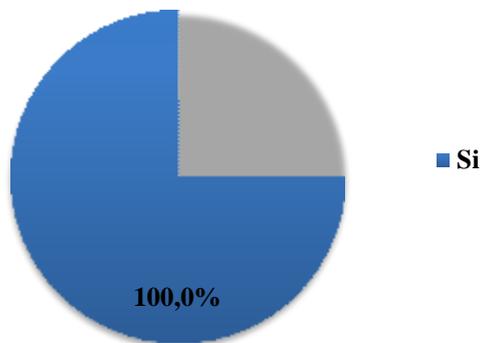


Figura 11: planifica sus actividades
Fuente: tabla 3

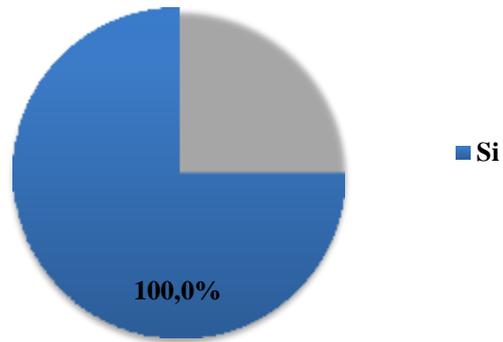


Figura 12: calidad frente al competidor

Fuente: tabla 3

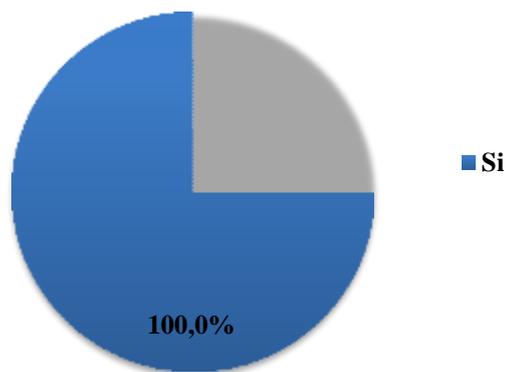


Figura 13: su servicio satisface las necesidades

Fuente: tabla 3

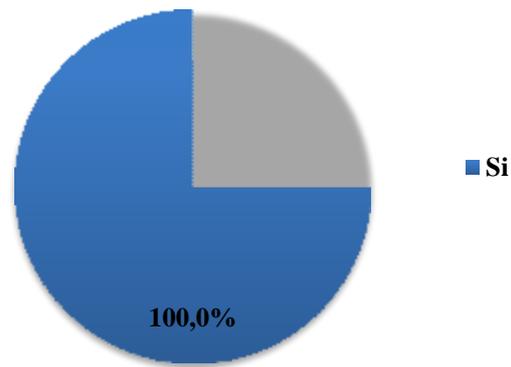


Figura 14: se sienten identificados con su empresa

Fuente: tabla 3

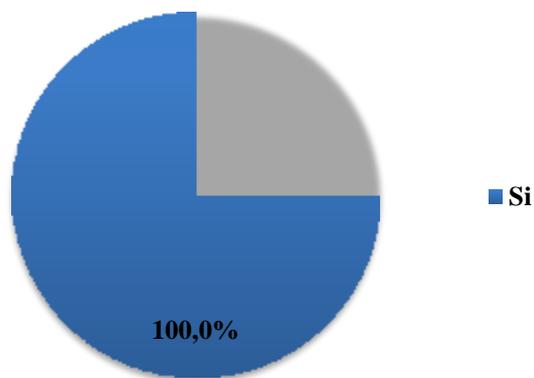


Figura 15: la empresa cuenta con un libro de reclamaciones

Fuente: tabla 3

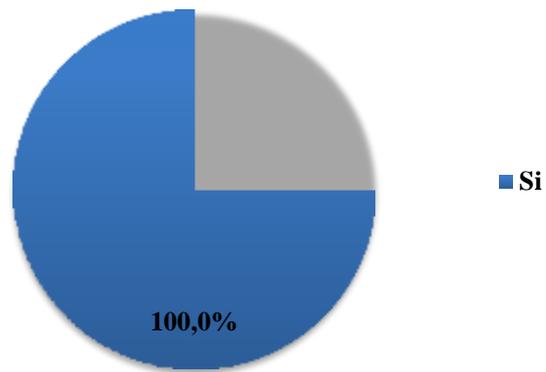


Figura 16: área para recepcionar los reclamos

Fuente: tabla 3

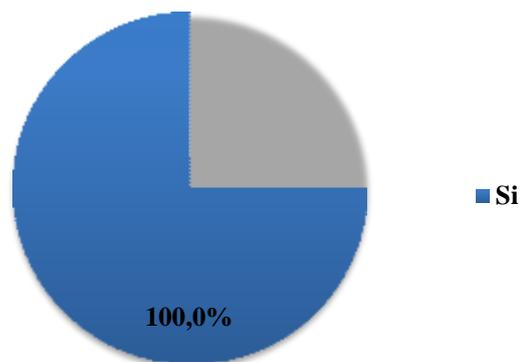


Figura 17: a recepcionado una queja o reclamo

Fuente: tabla 3

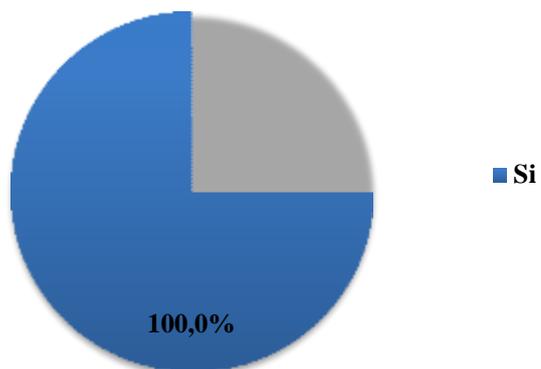


Figura 18: su personal recibe capacitaciones

Fuente: tabla 3

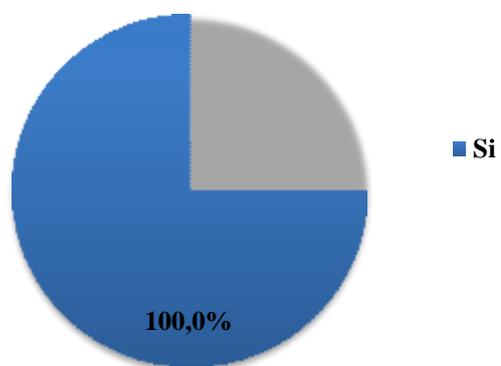


Figura 19: el personal sabe sus tareas y responsabilidades

Fuente: tabla 3

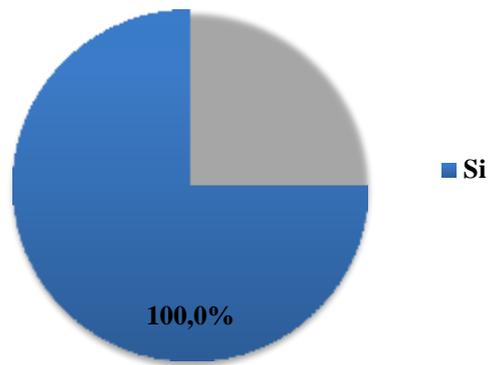


Figura 20: realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción

Fuente: tabla 3

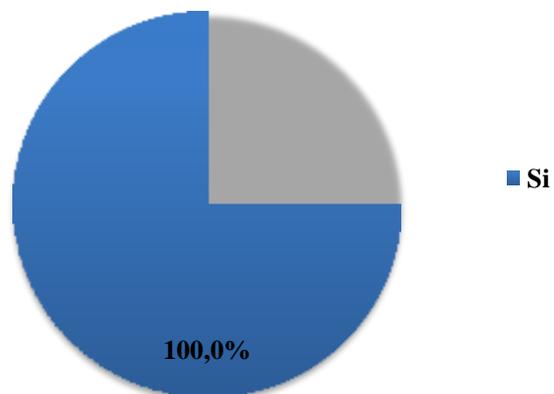


Figura 21: comprende a los clientes exigentes

Fuente: tabla 3

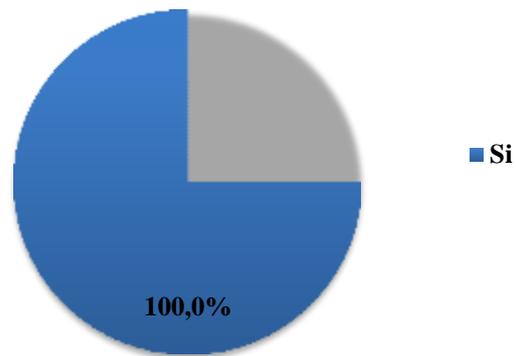


Figura 22: usa canales de comunicación con los clientes

Fuente: tabla 3

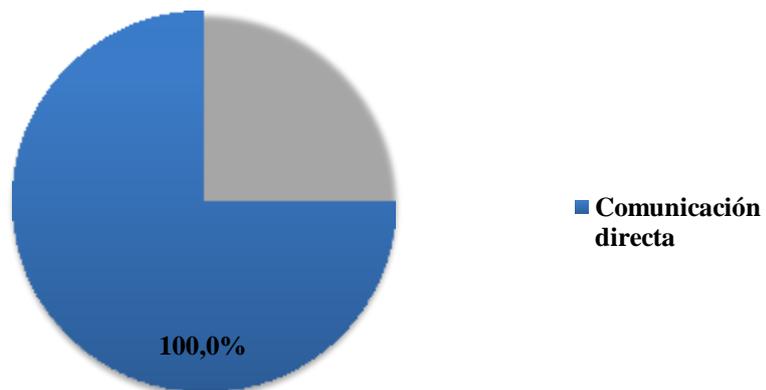


Figura 23: canales de comunicación que utiliza con sus clientes

Fuente: tabla 3

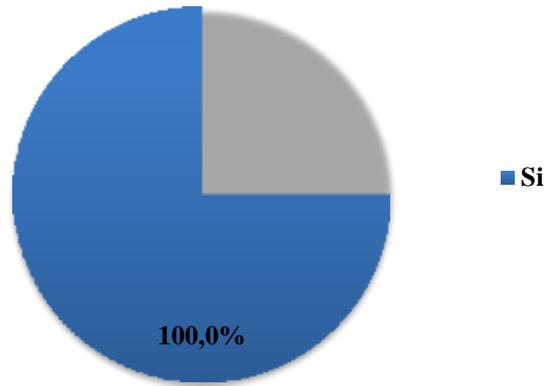


Figura 24: su empresa cuenta con procesos en atención al cliente
Fuente: tabla 3

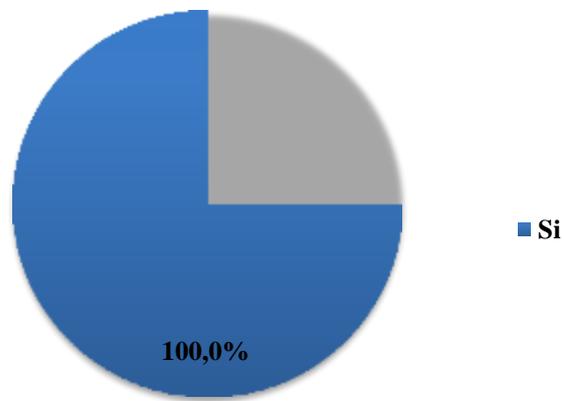


Figura 25: su servicio satisface las necesidades de los clientes
Fuente: tabla 3