



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO RUBRO POLLERÍAS DE LAS URBANIZACIONES
BELLAMAR Y GARATEA, DISTRITO DE NUEVO
CHIMBOTE, PROVINCIA DEL SANTA, 2017

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

AUTOR

ALVA ESPINAL, SAYURI HACKSUMI

ASESOR

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

CHIMBOTE-PERÚ

2019

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme guiado y acompañado a lo largo de mi carrera y a mis padres por darme palabras de aliento e impulsarme a seguir adelante.

Agradezco a mi docente por haberme orientado y ser mi guía en este ciclo académico.

DEDICATORIA

Esto va dedicado a mis padres por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado y por darme una excelente educación en mi vida.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, 2017. La investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo. Para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 63.64% tienen entre 31 y 51 años, el 54.55% son de género femenino, el 45.45% tienen instrucción superior no universitaria, el 63.64% desempeñan el cargo de administrador, el 45.45% tienen más de 7 años en el rubro, el 72.73% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 90.91% de sus trabajadores no son familiares, el 54.55% tienen como objetivo generar ganancias, el 63.64% conoce el término de atención al cliente, el 63.64% no adaptarse a los cambios es la mayor dificultad para los trabajadores, el 63.64% la técnica de rendimiento que utiliza es la evaluación, el 45.45% tiene como resultado la fidelización de los clientes. La investigación concluye que la mayoría de los representantes ponen en práctica la gestión de calidad en atención al cliente y el resto no las pone en práctica por desconocimiento.

Palabras clave: Atención al cliente, gestión de calidad, micro y pequeñas empresas.

ABSTRACT

The general objective of this research was to: Determine the characteristics of Quality Management in customer service for micro and small companies in the poultry and garbage service sector of the Bellamar and Garatea Urbanizations, Nuevo Chimbote District, 2017. The research was design not experimental, transversal, descriptive. To collect the information, a sample population of 11 micro and small companies in the poultry and garbage service sector of the Bellamar and Garatea Urbanizations, Nuevo Chimbote District, 2017 was used. A questionnaire of 23 questions was applied to them through the survey technique obtaining the following results, 63.64% are between 31 and 51 years old, 54.55% gender female, 36.36% have university education, 63.64% are administrators, 45.45% have more than 7 years in the field, 72.73% have 1 to 5 workers, 90.91% of their workers are not family members, 54.55% aim to generate profits, 63.64% know the term of customer service, 63.64% do not adapt change is the greatest difficulty for workers, 63.64% of the performance technique used is evaluation, 45.45% results in customer loyalty.

The investigation concludes that most of the representatives put into practice the technique of customer service and the rest do not put them into practice within the company due to ignorance.

Keywords: customer service, quality management, micro and small businesses.

CONTENIDO

1. Título de tesis	i
2. Hoja de firma de jurado y asesor	ii
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iii
4. Resumen y abstract	v
5. Contenido	vii
6. Índice de figuras y tablas	viii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura	6
III. Hipótesis	32
IV. Metodología	33
4.1 Diseño de la Investigación	33
4.2 Población y Muestra	33
4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	34
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	39
4.5 Plan de análisis	39
4.6 Matriz de consistencia	40
4.7 Principios éticos	42
V. RESULTADOS	44
5.1 Resultados	44
5.2 Análisis de los resultados.....	53
VI. CONCLUSIONES	60
Aspectos Complementarios.....	61
Referencias Bibliográficas:	62
Anexos	66

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

Tabla 1. Características de los Representantes del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, 2017.....	44
Tabla 2. Características de las Micro Y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, 2017.....	46
Tabla 3. Características de Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro Y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, 2017.....	48

FIGURAS (Anexos)

Figura 1. Edad de los representante	76
Figura 2. Género de los representantes	77
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes	77
Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes	78
Figura 5. Tiempo que desempeñan en el cargo los representantes	78
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro	79
Figura 7. Número de trabajadores.....	79
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa	80
Figura 9. Objetivo de creación.....	80
Figura 10. Conoce el término de gestión de calidad.....	81
Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce.....	81
Figura 12. Dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de la gestión de calidad.....	82
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	82
Figura 14. La gestión de calidad ayuda a contribuir el rendimiento del negocio.....	83

Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa	83
Figura 16. Conoces el término de atención al cliente	84
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	84
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento	85
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	85
Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda.....	86
Figura 21. La atención que brinda a los clientes.....	86
Figura 22. Está dando una mala atención al cliente.....	87
Figura 23. Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente.....	87

I. INTRODUCCIÓN

La evolución de las micro y pequeñas empresas en el Perú tuvo acontecimientos importantes, uno de ellos hacía referencia por los ciclos evolutivos que iba atravesando la economía nacional entre los años 60, 70 y 80, fue donde la población tuvo mayores ingresos y el país buscaba invertir en sectores rentables. Hubo una caída laboral es por ello que se empezó a inventar los puestos de trabajo para las Mypes. Otra de las causas para que las Mypes empiecen a surgir en la economía nacional fue la creciente ola migratoria de los campos a las ciudades, que se da con gran frecuencia en las grandes ciudades que son Arequipa, Trujillo, Chiclayo, por las crecientes que había en las zonas rurales (Galeón, 2012).

Es por ello que en la actualidad las micro y pequeñas empresas tienen un rol importante dentro de la economía y no solo del país, sino también a nivel mundial, ya que estas generan más empleo que las propias empresas (son más de 70% de peruanos que trabajan en micro y pequeñas empresas), además que contribuyen con el Producto Bruto Interno, tiene alrededor de 42% de producción de bienes y servicios. (Galeón, 2012).

Pero ante ello encontramos la problemática en las Mypes que no todas logran desarrollarse como micro y pequeñas empresas debido a factores relevantes como por ejemplo la política, la desigualdad que existe, esto no les permite crecer como microempresarios y así en muchos lugares no disminuyen los niveles de pobreza.(Trujillo, 2016).

En España la problemática es que la confederación española nos dice que las pequeñas y medianas empresas tienen un pensamiento autónomo es por ello que no sobresalen como empresa, pero más allá de eso hay leyes que carecen de incentivos para que puedan crecer. (Gómez, 2019). En España las pequeñas y medianas empresas no tienen problemas con Gestión de Calidad debido a que ellos respetan las normal con ISO 9001, y poder cumplir con los servicios de gestión de calidad para la atención al cliente. (Cinco días, 2016).

Francia es uno de los países más desarrollados con respecto a las microempresas tuvieron una pequeña polémica al sufrir de una tendencia baja en las exportaciones, en el 2014 las entidades exportadoras apenas aumentaron 121.500 y se estabilizó en 2015, debido a esto tratan de mantenerse posicionados aplicando una buena Gestión de Calidad, ya que para Francia es importante ampliar sus horizontes, al menos dentro de la Unión Europea, y puedan brindar una buena atención al cliente para que de esta manera puedan exportar y evolucionar más rápido que sus competidores (Upela, 2015).

Chile es uno de los países que genera más empleos, teniendo lugar al 70% de los puestos de trabajo, esto refleja que el país está en un punto importante de la economía, porque permite aumentar la productividad en las pequeñas y medianas empresas. Nos dice que en Chile según información del Servicio de Impuestos Internos (2016), hay 895.836 organizaciones formales, el 98% pertenece a las Pymes representando el 45% del empleo formal, esto se refleja en la productividad por el aumento en el país. (Robles, 2017). En Chile las pequeñas y medianas empresas tienen una excelente Gestión de Calidad debido a que ellos implementan su cartera de clientes para los objetivos que quieran cumplir en los mercados, ellos creen que para que la empresa siga subsistiendo deben de crear relaciones estrechas hacia sus clientes brindando una buena atención mediante sus servicios y atención, pero les falta ponerlo en práctica. (El Plural, 2017).

Colombia también es uno de los países más importantes en las pequeñas y medianas empresas ya que juega un rol muy importante debido a que es una influencia directa para el desempleo y el crecimiento del mismo, pero esta se ve vulnerable por la falta de capacitación y apoyo a las pymes, ya que entra al entorno de la competitividad, costos, manejos comercial y de servicios. Asimismo la falta de capacitación técnica y empresarial hace que no esté al nivel con las empresas y no generan confianza y credibilidad al mercado. Esto hace que sea un problema para las pymes Colombianas ya que genera carencia de habilidades y crecimiento a nivel global. (Salinas, 2013). Teniendo así problemas de Gestión de Calidad en los procedimientos técnicos y

gerenciales, esto es un concepto de determinados elementos, para que tengan que lograr la calidad de los servicios y ofrecer una buena atención al cliente y así conseguir la satisfacción de ellos para que puedan obtener mejores resultados y tengan un excelente grado de participación en la empresa.(Salinas, 2013).

En Perú según el Instituto Nacional de Estadística e Informática lo que limita el desarrollo de las empresas es que el 39.5% son informales, tienen una demanda limitada ocupando el 36.7% de las empresas. También hace referencia que el 81.2% creen que tienen competencia sobre sus productos y es la informalidad. Es por ello que las micro y pequeñas empresas tienen una de las características como la innovación empresarial, por ejemplo ya que cada vez hay más competencia en el sector servicio, por ese motivo los microempresarios tienen que implementar nuevas estrategias empleando la Gestión de Calidad y una mejora continua de sus productos, para así posicionarse en el mercado. (Sangama, 2010).

En el distrito de Nuevo Chimbote específicamente en las urbanizaciones Bellamar y Garatea donde se desarrolló el trabajo de investigación, existen micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de pollerías las cuales tienen problemas de Gestión de Calidad por la falta de conocimiento de ciertas técnicas administrativas, la atención al cliente, ya que no todos los trabajadores se adaptan a las nuevas estrategias que la empresa dispone para atraer más clientes, es por ello que esto se pone en riesgo dentro del mercado, debido a la falta de conocimiento de ciertas características de competitividad.

Por lo expuesto anteriormente se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, 2017?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación, se planteó el siguiente objetivo general:

Determinar las características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017. Determinar las características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

La investigación se justifica porque nos da a conocer características importantes de los representantes y la manera de como evalúan la forma de trabajar de sus empleados para que puedan realizar bien su labor. También se justifica porque nos da a conocer la manera en que las micro y pequeñas empresas mayormente se enfocan en generar ganancias y ponen en práctica algunas técnicas administrativas para su negocio. Por último se justifica porque nos da a conocer la manera en que aplican la Gestión de calidad en atención al cliente para que puedan pulir todo tipo de errores que haya en ello y así ir mejorando para atraer más clientes, generando más ingresos y darme una visión amplia de poder conocer el mercado en el ámbito del servicio para mejorar y aplicar todas las herramientas necesarias para un mejor manejo de servicio.

En la investigación se utilizó la siguiente metodología: se utilizó el diseño no experimental- transversal- descriptivo. Fue no experimental porque se desarrolló sin manipular la información, fue transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado el cual tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2017 y fue descriptivo porque se describe de manera detallada el presente informe.

Asimismo para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 11 micro empresas a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario, estructurado con 23 preguntas, las 5 primeras con datos de las características de los representantes, las 4 siguientes hace referencia a las micro y pequeñas empresas y las 14 últimas están referidas a la Gestión de Calidad con el uso de atención al cliente.

Obteniendo los siguientes resultados: el 63.64% tienen entre 31 y 51 años, el 54.55% son de género femenino, el 45.45% tienen instrucción superior no universitaria, el 63.64% desempeñan el cargo de administrador, el 45.45% tienen más de 7 años en el rubro, el 72.73% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 90.91% de sus trabajadores no son familiares, el 54.55% tienen como objetivo generar ganancias, el 63.64% conoce el término de atención al cliente, el 63.64% no adaptarse a los cambios es la mayor dificultad para los trabajadores, el 63.64% la técnica de rendimiento que utiliza es la evaluación, el 45.45% tiene como resultado la fidelización de los clientes.

La investigación concluye que la mayoría de los representantes ponen en práctica la gestión de calidad en atención al cliente y el resto no las pone en práctica por desconocimiento.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Maroto (2014) en su investigación *La gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas rey agro*, tuvo como objetivo general: Determinar cuáles son los factores determinantes de la Gestión Administrativa que están influyendo en la Satisfacción del Cliente de la Empresa de insumos agrícolas Rey Agro, y planteó los siguientes objetivos específicos: Diagnosticar la importancia que se da a la Gestión Administrativa de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro como puntal para el desarrollo del negocio. Analizar el nivel de Satisfacción de los clientes de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro, relativos a la gestión administrativa. Diseñar un Plan de mejoras de la gestión administrativa para la empresa de insumos agrícolas Rey Agro para lograr un elevado nivel de Satisfacción del Cliente. La metodología que utilizó fue inductiva-deductiva, y en base a las opiniones de los involucrados, y utiliza una muestra de (132 clientes y 5 personal de la empresa) de una población de 200 clientes frecuentes y 5 personal de la empresa, a quienes se les aplicó un cuestionario a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 40.9% opinan que frecuentemente las metas propuestas reflejan un diagnóstico de la situación actual de la empresa, el 46.97% de los encuestados, ha informado que solo a veces se consideran los aspectos de atención y servicio al cliente para que sean logrados eficientemente, el 56.1% de los clientes externos manifestaron, que siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en la empresa Rey Agro, el 55.3% de los clientes externos de la empresa “Rey Agro” siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados, ya que cuentan con el conocimiento suficiente para hacerlo, 41,67% opina que solamente a veces se distingue una mejora en la producción y en el nivel de vida de los habitantes por influencia de la empresa Rey Agro en el cantón Salcedo, el 45.45% manifestaron que siempre será necesario implementar un plan de mejora de la gestión administrativa de la empresa Rey Agro, el 100% manifiesta que nunca ha existido ningún tipo de

malestar por la atención recibida de parte de los asesores y vendedores de la empresa Rey Agro, el 100% manifiesta que existe una atención con normalidad en la empresa Rey Agro del cantón Salcedo, 76.5% la calidad de la atención influye en su nivel de satisfacción personal, 79.55% mencionaron que siempre el servicio de asistencia técnica de la empresa Rey Agro, la investigación concluyó que: Los niveles de satisfacción del cliente que maneja la empresa de insumos agrícolas “Rey Agro” del cantón Salcedo, tienen diversos indicadores referentes tanto a la atención como a la satisfacción de las demandas de los clientes, entre ellos se debe considerar que: Según el 56.1% de los clientes externos siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en la empresa Rey Agro. Según la mitad de los encuestados (49.24%), el monitoreo de la actividad realizada por el personal de servicio técnico ocurre solamente a veces. Para el 55.3% de los clientes externos de la empresa “Rey Agro” siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados. La estrategia administrativa más útil para mejorar la situación negativa de “Rey Agro” y lograr altos niveles de satisfacción de los clientes, según la mayoría de los encuestados, será implementar un plan de mejora de la gestión administrativa para la empresa (45.45%). La investigación concluyó que: En la empresa “Rey Agro”, las metas propuestas no reflejan un diagnóstico de la situación actual de la empresa casi para la mitad de ellos. Para el 46.97% de los encuestados, solo a veces se consideran los aspectos de atención y servicio al cliente para que sean logrados. Casi nunca (44.70%) o a veces (37.88%), existe un impacto elevado de la difusión publicitaria empleada en la empresa. No se exhibe la misión y visión institucionales. Casi la mitad de los encuestados (49.24%) de la empresa Rey Agro, manifestaron que solo a veces, ha podido notar un nivel de desarrollo convincente de ésta empresa. Los niveles de satisfacción del cliente que maneja la empresa de insumos agrícolas “Rey Agro” del cantón Salcedo, tienen diversos indicadores referentes tanto a la atención como a la satisfacción de las demandas de los clientes, entre ellos se debe considerar que: Según el 56.1% de los clientes externos siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en la empresa Rey Agro. Según la mitad de los encuestados (49.24%), el monitoreo de la actividad realizada por el personal de servicio técnico ocurre solamente a veces. Para el 55.3% de los clientes

externos de la empresa “Rey Agro” siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados. La empresa Rey Agro, definitivamente, no realiza negocios a través del Internet, aunque esta distribuidora de productos agroquímicos dispone de oficinas propias desde las cuales realiza su servicio de atención a los clientes. Existe una buena aplicación del Merchandising, por lo que la distribución técnica de la mercadería, tanto de productos como de insumos en las estanterías de Rey Agro, permite localizarlos fácilmente y conocer de inmediato su precio. La atención recibida según el 36.36% de las respuestas, solo a veces les deja satisfechos, aunque esta atención, en todos los casos se realice con rapidez, oportunidad y especialidad. Según la opinión de los clientes (37.88%), solamente “a veces”, Rey Agro dispone de toda la gama de productos demandados por los clientes siendo un servicio de atención generador de confianza (79.55%). La estrategia administrativa más útil para mejorar la situación negativa de “Rey Agro” y lograr altos niveles de satisfacción de los clientes, según la mayoría de los encuestados, será implementar un plan de mejora de la gestión administrativa para la empresa (45.45%).

Sánchez (2016) en su investigación *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de gyalan, Zacapa*. Tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán, y sus objetivos específicos fueron Calcular el índice de calidad del servicio con el método ServQual, y determinar la brecha de insatisfacción de los clientes, según la diferencia entre las expectativas y percepciones. Realizar una evaluación 360°, y para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante. La metodología fue diseño no experimental y transversal, descriptivos con una población de 1,446 donde se aplicó una muestra de 70 clientes llegando a los siguientes resultados: El 24% de los clientes dijo visitar el restaurante una vez cada dos semanas, El 42% de los clientes encuestados dijo haberse enterado de Pizza Burger Diner a través de otros medios de comunicación (redes sociales y comunicación de boca a boca). EL 42% de clientes que visitan el restaurante, son procedentes de las aldeas de Gualán, las percepciones, que representa lo que el cliente recibe del servicio (5.53

promedio). Llegando a las siguientes se evaluó la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán, a través de la valoración de expectativas y percepciones, según el método ServQual para calidad de servicio.

Antecedentes Nacionales

Antúnez (2017) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Se planteó 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 de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. La investigación tiene la siguiente metodología: Para la elaboración del presente trabajo se utilizó el diseño no experimental –transversal – descriptivo. Fue no experimental, porque la investigación se realizó sin manipular la variable gestión de calidad en atención al cliente, se observó el fenómeno tal como se funciona dentro de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes de la ciudad de Huarmey, sin modificación alguna. Transversal, porque el estudio se realizó en un determinado tiempo, donde se tuvo un inicio y un fin específicamente el año 2016. Descriptivo, porque solo se describió las características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas, y de la variable Gestión de calidad en atención al cliente. La población es determinar la población del presente estudio de investigación se realizó un sondeo obteniendo una población de 26 micro y pequeñas empresas perteneciente al sector servicio - rubro restaurantes. Y se determinó una muestra dirigida de 22 micro y pequeñas empresas las que aceptaron participar en la investigación. El criterio de selección de la muestra estuvo en función de

la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas. Se obtuvo los siguientes resultados: el 72.2% de edad de los representantes es de 51 años a más, el 63.6% son de sexo masculino, el 45.5% su grado de instrucción tiene estudios superiores, el 63.3% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 59.1% son formal, el 68.2% tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, el 59.1% si conocen de gestión de calidad, el 40.9% tiene como técnica de gestión la mejora continua, el 50% tiene como prioridad planificar sus actividades, el 36.4% tiene buen trato en los clientes, el 45.5% contratan mayormente a sus familiares, el 54.5% no capacita a los colaboradores, el 50% de los factores externos es la innovación del producto, el 59.1% contribuye una atención de calidad y aumenta sus ventas. La investigación concluye que: Respecto a las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarney son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior. Respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas, la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarney son informales, con un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores. Respecto a las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente, 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 los 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 en 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.

Rubio (2014) en su trabajo de investigación *Calidad en el servicio de atención al cliente de las Mypes, rubro financiero, del Distrito de Otuzco, provincia de Otuzco, año 2013*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Calidad en el Servicio de Atención al cliente que brindan las Mypes rubro financiero, a sus clientes Microempresarios del Distrito de Otuzco, Provincia de Otuzco, Año 2013. Se planteó los siguientes objetivos específicos: Analizar y determinar la Calidad de Atención percibida por los clientes Microempresarios del Distrito de Otuzco, Provincia de Otuzco, año 2013. Evaluar la Calidad de Atención percibida por los clientes Microempresarios del Distrito de Otuzco, Provincia de Otuzco, año 2013. Analizar y determinar el Servicio al Cliente percibida por los clientes Microempresarios del Distrito de Otuzco, Provincia de Otuzco, año 2013. Evaluar el Servicio al Cliente percibida por los clientes Microempresarios del Distrito de Otuzco, Provincia de Otuzco, año 2013. La investigación tiene la siguiente metodología: Tipo de investigación Descriptivo. Diseño de la investigación, fue no experimental –descriptivo. No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto. Descriptivo, porque se recolectaron los datos en un solo momento y en tiempo único, el propósito fue describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado. La población estuvo constituida por 05 Mypes dedicadas al sector y rubro en estudio. Se tomó una muestra al total de la población, consistente en 05 Mypes. Se obtuvo los siguientes resultados: el 60% está de acuerdo en recomendar los servicios de la mype a otras personas, el 45% tienen entre 41 a más años de edad, el 60% son convivientes, el 80% tienen educación a nivel primario, el 55% tienen entre 3 a 5 años siendo clientes, el 60% califican a la mype con una regular calidad de atención, 45% califican a la mype con un buen trato, el 50% opina que es muy importante el asesoramiento antes y durante la operación, el 50% calificó a la mype con un buen indicador económico (tasas de interés, facilidades de pago y tipos de préstamo), el 65% expresó que se siente satisfecho con los servicios de la mype, el 60% está de acuerdo en recomendar los servicios de la mype a otras personas. La investigación concluye que el entorno de la alta competencia de los mercados, exige que las empresas para ser exitosas, ya no puedan ser dirigidas empíricamente como la mayoría de Mypes lo hace,

puntos clave para que sean exitosas son: la calidad de servicio y excelencia en la atención al cliente. Al analizar los resultados, y siguiendo un criterio lógico se ha podido comprobar lo siguiente: Perfil de los clientes: El 60% de prestatarios son mujeres, el 45% tienen entre 31 a 40 años, además el 60% de los prestatarios son convivientes y el 80% de ellos solo tienen solo nivel primario. Calidad de atención e importancia del asesoramiento antes y durante de la operación. El 55% de los clientes encuestados tiene entre 3 a 5 años de trabajar con la Mype, también el 60% califica a la Mype con una regular calidad de atención asimismo el 45% califica a la Mype con un buen trato, el 50% opina que es muy importante el asesoramiento antes y después de cada operación, el 50% calificó a la mype con un buen indicador económico (tasas de interés, facilidades de pago y tipos de préstamo). Grado de satisfacción de los clientes con los servicios de la Mype: De los clientes 20 clientes encuestados el 65% expreso que se siente satisfecho con los servicios de la Mype y el 60% están de acuerdo en recomendar los servicios de la Mype a otras personas.

Trujillo (2014) en su trabajo de investigación *Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del Distrito de Huaraz, 2014*. Se obtuvo el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la capacitación en las técnicas de atención al cliente en las MYPE del sector servicios – rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del distrito de Huaraz, 2014. Se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los trabajadores en las MYPE del sector servicios – rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del distrito de Huaraz, 2014. Determinar las principales características de los representantes legales del sector de servicio – rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del distrito de Huaraz, 2014. La investigación tiene la siguiente metodología: En cuanto al tipo de investigación fue descriptiva, de nivel cuantitativo y diseño transaccional, porque se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único. La población y muestra para el presente estudio se consideraron dos poblaciones: una que fue conformada por los representantes de las 24 micro y pequeñas empresas del

rubro bazares del distrito de Huaraz, 2014 y la segunda población que fue conformada por los 30 empleados de las mismas. No se consideró ningún tipo de muestra porque la población es pequeña. Obtuvo los siguientes resultados: el 53.33% tienen de 31 - 40 años de edad, el 60% son de género masculino, el 40% tienen estudios secundarios u otros conocimientos, el 66% mencionan que no realizan la detección de necesidades de capacitación, el 33.33% sostienen que aumenta las ventas, el 66.67% consideran la capacitación como un gasto, el 40% sostiene que nunca evalúan el impacto de la capacitación, el 53.33% mencionan que sus empleados no tiene la capacidad de atender bien al cliente, el 86.67% son de género femenino, el 80% tienen de 15 a 20 años de edad, el 66.67% tienen un grado de instrucción de nivel secundario, el 60% sostienen que no conocen la manera correcta de atender a los clientes por su poca experiencia laboral, el 73.33% sostienen que no están capacitados para resolver problemas que se puedan presentar con los clientes, el 40% sostienen que ante reclamos les piden a los clientes retirarse de la tienda, el 60% sostienen que no son capaces de solucionar las quejas que se presenta a diario, el 53.33 % sostienen que no le toman importancia a las quejas que les hacen llegar los clientes, el 80 % sostienen que nunca han recibido una capacitación sobre la atención al cliente, el 86.67% sostienen que la capacitación es muy relevante para mejorar su desempeño dentro de la empresa. La investigación concluye que la capacitación en atención al cliente es entendida como el incremento de habilidades y conocimientos para brindar un mejor servicio e incrementar las ventas. Es por eso que el objetivo principal de esta tesis fue, describir las principales características de la capacitación en atención al cliente. En respuesta este objetivo, los resultados obtenidos nos muestran que es necesaria la implementación de la capacitación en los bazares aplicando el proceso de capacitación para establecer las pautas de comportamiento adecuadas así como el tratamiento de quejas y reclamaciones. Se ha llegado a la conclusión que la mayoría de los representantes legales se encuentran entre los 31 a 40 años de edad, son masculinos y tienen estudios secundarios, razón por la que asumimos que carecen de una apropiada preparación para administrar sus negocios y crecer económicamente, esto porque sus empresas son administradas de manera empírica y por la necesidad de solvencia económica cuando han perdido su trabajo. La mayoría de los

trabajadores desconocen la manera correcta de atender los clientes y no están en la capacidad de resolver los problemas que se presentan a diario es por eso no le dan la debida importancia a las quejas que éstos les hacen llegar.

Antecedentes Locales

Obando (2016) en su trabajo de investigación *Caracterización de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes de un tenedor en el distrito de San Luis, 2015*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de un tenedor, en el distrito de San Luis, 2015. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los clientes ya que es importante conocer su percepción sobre la capacitación del personal en atención al cliente, siendo este el que evalúa la calidad del servicio en los restaurantes de un tenedor en el distrito de San Luis. Identificar las principales características de la capacitación de personal en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas de los restaurantes de un tenedor en el distrito de San Luis. La investigación tiene la siguiente metodología: La investigación fue de diseño no experimental transeccional, porque se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único. Siendo su propósito describir la variable en estudio. En cuanto al tipo de investigación, es descriptiva y de nivel cuantitativo, porque se buscó describir la capacitación en atención al cliente en las MYPE del rubro restaurante de un tenedor en el distrito de San Luis, 2015. La población para este estudio fueron los clientes de las MYPE del Sector Servicios - del rubro restaurantes de un tenedor en el distrito de San Luis, de los cuales se consideró a 13 establecimientos, a los cuales se les consultó sobre la cantidad de clientes en el periodo de un mes, acto seguido se totalizó las cantidades proporcionadas por los establecimientos y se prescribió una población de 6210 clientes; de la cantidad mencionada se determinó una muestra de 362 clientes a través del muestreo aleatorio estratificado. Se obtuvo los siguientes resultados: el 35,9% de los encuestados tienen de 36 a 45 años de edad, el 51,4% de los encuestados son de género masculino, el 84,5%

manifestaron tener un grado de instrucción superior no universitario, el 30,1% manifestaron que los empleados del restaurante son poco amables, el 44% manifestaron que es muy aceptable la apariencia de los empleados ya que tienen una apariencia impecable, el 41% manifestaron que pocas veces el personal del restaurante orienta al cliente adecuadamente de acuerdo su necesidad, el 48% manifestaron que los conocimientos de los empleados son escasos para contestar las preguntas a los clientes, el 35% manifestaron que regularmente se establece una relación de empatía con el personal en el momento del pedido, el 39% manifestaron que regularmente los empleados informan con exactitud al cliente cuando concluye la realización del servicio, el 47% manifestaron que regularmente el personal es capaz de escuchar y responder acertadamente a las opiniones de los clientes, el 35% manifestaron que regularmente cuando un cliente tiene un problema o reclamo, el personal del restaurante, muestra un sincero interés en solucionarlo, el 41% manifestaron que pocas veces los empleados le dan una atención personalizada al cliente, el 46% manifestaron que regularmente el personal de restaurante, realiza bien el servicio a la primera vez, el 38% manifestaron que muy pocas veces el personal del restaurante, concluye el servicio en el tiempo prometido, el 38% manifestaron que pocas veces el personal es disciplinado, el 41% manifestaron que muy pocas veces el personal es responsable en el cumplimiento de sus funciones, el 38% manifestaron que regularmente los empleados se muestran dispuestos a ayudar a los clientes, 37% manifestaron que muy pocas veces los empleados responden sus preguntas con precisión, el 32% manifestaron que pocas veces los empleados brindan información sobre los servicios que ofrecen. La investigación concluye que las principales características de la capacitación de personal en atención al cliente son: El entrenamiento del personal es deficiente ya que se realiza de manera empírica, sin seguir un proceso de diagnóstico, diseño, implantación y evaluación de la capacitación brindada, así mismo las habilidades, destrezas y competencias laborales son limitadas debido a que se contrata a personal poco preparado aunado a su formación básica la cual no está orientada a la atención al cliente, por lo expresado anteriormente las necesidades de los clientes no pueden ser satisfechas. En relación las principales características de los clientes son: La mayoría de los encuestados tienen de 36 a 45 años

de edad, son de género masculino y tienen un grado de instrucción superior no universitario dichas características reflejan que los clientes son más exigentes al valorar la atención que se les brinda y que en la actualidad existe disconformidad ya que perciben que los empleados no muestran cortesía y no son fiables al momento de ofrecer los servicios. Respecto a la identificación de las características de la capacitación de personal el conocimiento de los empleados en cuanto a la cortesía, la fiabilidad y la capacidad de respuesta son mínimas, esto se debe a que no se cumple con capacitarlos correctamente desde el inicio del proceso de inducción, el entrenamiento y formaciones básicas.

Sáenz (2016) en su trabajo de investigación *La capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores alto – zona de reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores Alto – Zona de Reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores Alto – Zona de Reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores Alto – Zona de Reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015. Determinar las principales características de la capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores Alto – Zona de Reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015. La investigación tiene la siguiente metodología: En la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño: No experimental – transversal – descriptivo. No experimental, porque se realizó sin manipular premeditadamente la variable, es decir, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

Transversal, porque el estudio se realizó en un determinado espacio de tiempo (año 2015). Descriptivo, porque sólo se describió las partes más relevantes de la variable en estudio. La población para este estudio está constituida por todas las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores Alto – Zona de Reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015; en un número de 10; obtenida mediante conteo en la zona de influencia del estudio. Se tomó una muestra de 10 restaurantes de productos hidrobiológicos que representan el 100% de la población, es decir será una población muestral. Se obtuvo los siguientes resultados: el 90% son mayores de 51 años, el 90% son de género masculino, el 50% tienen como grado de instrucción secundaria completa, el 100% son dueños, el 50% tienen entre 4 a 6 años de desempeño en el cargo, el 50% tienen entre 4 a 6 años tiempo de permanencia en el rubro, el 100% de empresas es formal, el 100% se creó para generar ganancias, el 90% tienen de 1 a 3 trabajadores permanentes, el 90% tienen de 4 a más trabajadores eventuales, el 60% se ha capacitado, el 40% no se ha capacitado, el 80% piensa que la capacitación es inversión, el 80% no ha capacitado a su personal, el 80% no se sabe que capacitar al personal permite reducir costos e incrementar utilidades. La investigación concluye 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 género 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 crean 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.

Ríos (2015) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014*. Se obtuvo el

siguiente objetivo general: Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes de las mypes del sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Determinar las principales características de las mypes de los principales factores de la gestión de calidad de las mypes del sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014, sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Determinar las principales características que se involucran en el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. La investigación tiene la siguiente metodología: Tipo de investigación Descriptiva – Cuantitativa. Nivel de Investigación Descriptivo, debido a que solo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio. Diseño de la Investigación, el diseño que se utilizó en esta investigación fue no experimental –descriptivo. No experimental: Es no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto. Descriptivo: Porque se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo único, el propósito fue describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado. La Población, Según el INEI (2014), se cuenta con una inscripción de 180 Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huanchaco, año 2014. Por conveniencia se tomó una muestra de 20 mypes, ya que dichos propietarios fueron participes de la encuesta que se planteó. Su muestra es de 20 restaurantes que representa entre el 10% - 12% de la población, la misma que es sustentada por técnicos en el campo de la investigación concerniente a la metodología. Se obtuvo los siguientes resultados: el género masculino con el 65%, el 35% de los representantes legales de las MYPES encuestadas su edad fluctúa entre 35 – 44, los representantes legales de las MYPES encuestadas predomina la instrucción superior universitaria completa con 60%, el tiempo en años predomina de 5- 7 años con un 50%, un 90% de las Mypes son formales, el número de trabajadores permanentes representa un 95%, la finalidad por la que se formó la mype fue para

generar ingresos para solventar los gastos familiares, obteniendo un 45%; los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención, que según lo encuestado nos arroja un 50%, según los representantes legales encuestados, creen que la gestión de calidad es importante para la organización, reflejándose esto en un 85%, 75% respondieron que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad, un 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado, el 85% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad, un 80% de los representantes legales de las Mypes encuestados, respondieron que la materia prima es de calidad y está en óptimas condiciones para su consumo, un 60% de los representantes legales de las Mypes encuestadas, respondieron que su capital social asciende de 11000 a 15000, un 80% de los representantes legales de las mypes encuestadas, respondieron que si reinvierten en la empresa el 60% dijeron que si amplían la reinversión, un 90% de los representantes encuestados respondieron que la calidad es un factor importante para obtener rentabilidad, un 90% de los representantes legales de las MYPES respondieron que la rentabilidad mejoró en los 2 últimos años, el 90% de los representantes legales de las MYPE encuestadas dijeron que la rentabilidad no ha disminuido en los 2 últimos años. Se concluye con la siguiente investigación que en cuanto a los gerentes de mas Mypes: Del estudio realizado se concluye que los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65% de los gerentes encuestados son de género masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cual se representa en un 60%. En cuanto a las principales características de las Mypes; el tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las Mypes son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. En cuanto a la gestión de calidad: Del estudio realizado se concluye que el 50% de los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco, afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención, el 85% respondieron que la calidad es

importante para la organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad. En lo que se refiere a la rentabilidad: un 80% de los encuestados reinvierten en la empresa, el 60% de dichos representantes respondieron que su capital asciende de un 11000 a 15000. Además un 90% de los representantes legales encuestados de las Myoes del sector servicios, confirman que en los dos últimos años ha mejorado su rentabilidad.

2.2 Bases Teóricas de la investigación

Las micro y pequeñas empresas

Sánchez (2006) en la actualidad las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en el Perú es de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, tienen una gran significación por que aportan con un 40% al Producto Bruto Interno (PBI), y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que genera; sin embargo, el desarrollo de dichas empresas se encuentra estancado, principalmente por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permita superar problemas de formalidad de estas empresas y que motiven el crecimiento sostenido de las mismas.

Las Mypes han sido de gran importancia en la actualidad ya que ha generado muchos puestos de trabajos para personas jóvenes o adultos que tienen la necesidad de poder salir adelante y crecer como personas (Sánchez 2006). Gracias al emprendimiento de las Mypes hubo más ingresos, haciendo que esto sea un crecimiento económico para el país.

Las características de las MYPE son las siguientes:

Se le considera Microempresa cuando tiene a cargo diez trabajadores y aporta 150 Unidad Impositiva Tributaria (UIT) de ventas anuales y como Pequeña Empresa cuando tiene a cargo hasta cien trabajadores y aporta 1700 UIT anuales.

Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral Sunafil (2017) afirma algunos de los beneficios laborales de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas son:

Tiene derecho a una Jornada máxima de 08 horas o 48 horas semanales; tiene derecho a 24 horas continuas de descanso físico. En caso de despido arbitrario tiene derecho a una indemnización equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año de trabajo, con un tope de 90 remuneraciones diarias. Tiene derecho cuando menos a una remuneración mínima vital (S/.930.00 nuevos soles), sin embargo el Consejo Nacional de Trabajo, podría establecer montos inferiores al Mínimo Vital. Tiene derecho a 15 días

de vacaciones, por cada año de trabajo o su parte proporcional, pudiendo reducir de los 15 a 7 días con la debida compensación económica. Tiene derecho a gozar de los feriados establecidos en el Régimen Laboral Común, es decir, primero de enero, jueves y viernes santo, día del trabajo, fiestas patrias, Santa Rosa de Lima, Combate de Angamos, todos los Santos, Inmaculada Concepción, Navidad del Señor.

Gestión de Calidad

Duran (2016) afirma que, en nuestro país al hablar de gestión de empresas, tenemos la ventaja de no haber sido punteros a nivel mundial prácticamente en nada de las últimas décadas, podemos seguir el ejemplo de las demás ya que esto nos sería más barato que sumir nuestras propias equivocaciones. También tenemos que pensar un poco sobre las debilidades que han ido aquejando a nuestra manera de concebir el espíritu de empresa.

Algunos males endémicos de las empresas de las últimas décadas:

El espíritu proteccionista, favorecido por la política frente a la competencia extranjera, la falta de hábito competitivo derivada de lo anterior, la tradicional rigidez laboral aprendida de un régimen que no permitía la huelga ni confrontación de las clases económicas ni las reivindicaciones colectivas; la falta de competencia enfrentada a la presencia e irrupción de agresivas empresas extranjeras.

Según Peresson (2010) nos dice que si las entidades tuvieran en claro la idea de calidad hubiese una mejora en el mercado creando un estilo de vida para lograr posicionarse en el mercado.

Ante ello lo único que busca el cliente es la diferenciación en la calidad y en el servicio que se brinda, únicamente es lo que marca la diferencia en la empresa volviéndose así única en tal manera que va tomando posición, mayormente esto haría que se generen ganancias y sea productivo para la empresa. También el aplicar el proceso de Gestión de calidad en la organización es de suma importancia ya que esto conlleva a que pueda realizarse una mejor atención para los clientes generando así más ingresos dentro de la empresa.

Finalmente para ofrecer un buen servicio o producto, se realiza un control interno y esto depende mucho de los trabajadores porque depende de ellos y el jefe de grupo para poder garantizar la calidad de un buen servicio, posicionándose en el mercado y llegando a los objetivos planteados por las organizaciones.

Organización Internacional de Normalización Iso (2017) afirma que los siguientes principios son:

El enfoque al cliente es que toda empresa está sujeta a poder satisfacer todas las necesidades y expectativas del cliente ya que de ellos depende el incremento de ventas, es por ello que los trabajadores deben estar aptos para brindar un buen servicio. Asimismo debido a la competencia que día a día se presenta en el mercado los empleadores deben de ser creativos, proponiendo y planteando siempre nuevas estrategias ya que hoy en día la exigencia del cliente es cada vez más y siempre estar preparados ante cualquier posible situación que se presente, para ello es muy importante el liderazgo ya que va depender del líder como maneje o encamine a su grupo de trabajadores en la empresa. También depende mucho de la participación del personal, ya

que empleando todas las habilidades que tengan harán que sea beneficioso para la organización dependiendo del trato que puedan dar al cliente, para ello cada trabajador debe ser motivado por su empleador, reconociendo la laboral que realizan para que puedan tener un mejor compromiso y desempeño en la empresa.

Lo que una entidad busca son trabajadores eficientes y eficaces, para ello realizan el proceso de selección con la única finalidad de que puedan cumplir con los objetivos trazados por la empresa, asimismo estar en constante mejora continua con las mejores decisiones que se puedan tomar y así obtener un mejor resultado en la organización.

Es necesario desarrollar alianzas estratégicas con los proveedores para ser mucho más competitivos y mejorar la productividad y rentabilidad. Durante las alianzas, gana tanto la empresa como los proveedores.

Organización Internacional de Normalización Iso (2018) afirma que lo que se debe hacer para centrarse en el cliente es lo siguiente:

Tener la capacidad de saber a quienes atendemos, hace referencia a que se debe conocer al cliente más aún si son clientes fijos, conocer ya sus gustos para poder satisfacer las necesidades que tengan, ya que debido a una mala atención se pierden ventas y no se logra la fidelización de los clientes.

Para poder tener la certeza de que los clientes están satisfechos debemos utilizar las técnicas necesarias para lograr suplir sus inquietudes, empleando por ejemplo herramientas como la técnica de encuesta que es de suma importancia ya que así conseguiremos la información precisa que se necesita para la satisfacción de ellos.

Ya que muchas veces los empresarios pensamos que solo con vender es suficiente y no con conocer a nuestros clientes, es por ello que como lo ya mencionado anteriormente debemos poner en práctica las relaciones estrechas con los clientes para poder responder ante cualquier duda sin temor alguno.

Atención al Cliente

Según el autor Nudel (2009) afirma que una buena atención al cliente es aquel que se basa en la empatía con él, que significa "colocarse en el lugar del cliente". A nadie le gusta que le hablen mal, por ejemplo los clientes cada vez concurren con frecuencia donde son bien atendidos y no solo eso sino que también sepan brindarles información necesaria del producto que requieren, para ello se debe ir produciendo percepciones positivas del servicio, logrando así un valor apreciado para nuestra marca. La gestión por lo tanto, requiere diferentes esfuerzos para los productos que son concretos debido a que la mayoría de clientes solo ve el empaque o color del producto para que pueda tomar una decisión

En algunos casos los clientes valoran no solo el precio del producto o la atención que les puedan brindar, sino también el tiempo que demoran sea el caso que pidieren algún tipo de comida para evento, ellos prefieren un servicio rápido pero de buena calidad.

Dependiendo de cómo se lleven estos procesos, el cliente podrá tomar una mejor decisión de que establecimiento elegir para sus compras, no solo esperando que los clientes compren sino también premiándolos de alguna manera para que puedan sentirse como en casa y así poder obtener la fidelización de ellos.

Según el autor Gómez (2006) define que el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer sus necesidades, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. Y las siguientes características de la atención al cliente son: Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos. Es Perecedero, se produce y consume instantáneamente. Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio. Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella. La Oferta del servicio, prometer y cumplir. El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente. El Valor agregado, plus al producto.

Según Taylor (2018) los beneficios más resaltantes de atención al cliente para la empresa son:

Generar ganancias, cuando el cliente recibe una buena atención por lo general tiende a volver al lugar donde realizó algún tipo de compra ya se sintió satisfecho con la calidad que lo atendieron. De esta manera genera una buena reputación para la empresa y esto hace que atraigan más clientes a la empresa por el buen servicio que se brindó, ellos comentaran ya sean vecinos, amigos o familiares y recomendaran el establecimiento, es ahí donde se puede emplear una estrategia realizando una encuesta a los clientes para una mejor satisfacción para ellos. Asimismo realizando estos pasos se obtendrá la fidelidad de ellos sin importar la competencia que haya en el mercado, finalmente no solo depende del jefe sino que tiene que ser en conjunto con la disponibilidad de los trabajadores que puedan estar involucrados para el logro de mejores resultados.

Según el Informe (2017) el proceso de Atención al Cliente tiene como objetivo:

Principalmente una atención y un buen servicio de calidad ya que de esto depende la garantía para los clientes. Y los pasos de la atención al cliente son los siguientes: El cliente solicita información de diferentes maneras, como por ejemplo: vía web, telefónica, personalmente y nosotros como informantes tenemos que atender la mejor manera posible, siempre siendo cordial con el cliente.

Siempre escuche la opinión o la molestias del cliente, para ello debe ser cordial y cortés, si usted no tiene la información necesaria transfíralo con la persona indicada; pero nunca lo deje esperando, siempre trate de ser atento y resuelva cualquier duda.

Algunos clientes se acercan a nuestros establecimientos de manera aprehensiva, nosotros como servidores públicos debemos de ver la manera de cómo controlar la situación respondiendo a la solicitud, para que ellos puedan irse satisfechos con la atención.

Debemos mostrar más interés en los clientes, resolver sus dudas de la manera correcta, no debe ser un cliente más sino tratar de crear relaciones estrechas, ganando la fidelidad de ellos.

Si algún cliente va realizar algún tipo de trámite, tiene que ser específico y explicarle todo referente a ello, el tiempo exacto en que tiene que hacerlo, ni más ni menos. Si cometemos algún error en el trámite, debemos solucionarlo de inmediatamente, no engañemos al cliente y actuar de forma rápida para que pueda quedar satisfecho.

No se debe aceptar ningún tipo de obsequio de los clientes por la atención, ya como empleados recibimos nuestras gratificaciones, con que nos agradezcan es suficiente. Siempre debe cumplir con la atención necesaria en los tramites, no debe haber preferencias, todos los clientes son importantes.

Cuando el cliente no está satisfecho y tenga algún reclamo, tenemos que ponernos en el lugar de ellos para así poder entender su enojo, ya que siempre las organizaciones vamos a depender de ellos.

Asimismo uno de puntos más importantes es que ante cualquier duda del cliente debemos de estar prestos para responder o solucionar a ello, ya que de esa manera los clientes estarán satisfechos.

Según Quintero (2016) las etapas de Atención al Cliente son cuatro y son las siguientes:

Primero lo que los trabajadores deben hacer es iniciar el contacto con ellos, el principal objetivo de esto es que el cliente pueda tener una buena impresión para que sientan un ambiente cálido y ni tengan duda alguna al momento de consumir o compra

algún producto, luego de ello lo que los trabajadores deben realizar es una búsqueda de las preferencias de ellos esto se lograra tratando de mantener una conversación fluida para poder ir sabiendo los gustos o detalles que ellos puedan tener para la elección de algún producto, también deben cumplir al pie de la letra con todas las necesidades para que ellos puedan quedar satisfechos y resuelvan toda inquietud que ellos puedan tener y finalmente tenemos que tener la certeza que hemos podido satisfacer con las necesidades y expectativas de ellos.

Según El Plural (2017) nos dice las ventajas y desventajas que pueden tener para una buena atención al cliente: Una ventaja más resaltante es que deben de obtener la confianza y seguridad de los clientes mediante un buen servicio a la hora de atenderlos.

Otro de ellos es ofrecer productos a muy buen precio porque de eso depende que la empresa vaya creciendo y esto es muy conveniente para los jefes y trabajadores de la organización. Otro punto importante es que la empresa se haga publicidad con el buen trato para que lo clientes puedan recomendarlos y de esto se hace la famosa boca a boca.

La promoción boca a boca hace que la empresa disminuya los gastos y esto es beneficioso porque con tan solo un buen trato la empresa se hace conocida y en cierta forma van mejorando su imagen gracias a los halagos de los mismos clientes.

Una desventaja en la atención al cliente es que al no tener una buena atención la empresa no se hace conocida, por el contrario, solo genera desprestigio ellas mismas.

Otra desventaja muy importante es el no tener un buen equipo de trabajo, eso hace que la empresa genere más gastos ya que seguramente esto no realizara con claridad ni a la perfección las funciones que tendrían que cumplir.

Una de las características de atención al cliente es que muchas veces no hay formalidad en las empresas y esto se deberá a la honestidad o actitud con la que puedan comprometerse.

Todos los trabajadores deben de tener la iniciativa de poder querer sacar adelante a la empresa, ser activos, dinámicos, deben de tener deseos de querer superarse no solo ser un trabajador más porque de esto depende que irán formándose con el paso del tiempo para una propia empresa que puedan tener.

Otra característica importante es la de tener disposición de servicio, mostrando interés en su trabajo ser profesionales en todo aspecto y comprometiéndose con la organización para el crecimiento de ellos mismos.

Asimismo se hace hincapié en todo momento sobre una buena atención al cliente, esta debe ser la característica más resaltante ya que el crecimiento de una empresa depende de una buen atención y brindando servicios o productos de buena calidad.

2.3 Marco Conceptual

Micro y Pequeñas Empresas

Desde años atrás la economía era cambiante y no había suficientes puestos de trabajos, las empresas del sector privado y del estado no permitían que ingresaran personas sin nivel académico superior, es por ellos que los microempresarios decidieron emprender y crear sus propios negocios ya que en cierta forma tenían que mantener sus familias y crear sus mismos puestos de trabajos. Es por ello que las micro y pequeñas empresas surgen a raíz de las carencias económicas, pero no solo crean sus puestos de trabajo sino que también se han ido capacitando para poder mejorar algún tipo de servicio que puedan brindar ya que de ello dependía que puedan salir adelante generando más entradas y creciendo para que puedan tener un lugar en el mercado y de esta manera ser competitivos.

Gestión de Calidad

La Gestión de Calidad es un proceso mediante el cual debe haber una mejora continua al momento de poder brindar algún servicio u ofrecer algún tipo de producto para que de esta manera todos los clientes puedan quedar satisfechos y así suplir las necesidades que ellos tengan.

Cuando se habla de Gestión de Calidad hace referencia a la manera en como una empresa está organizada, ya que de esto depende la satisfacción del cliente y que puedan obtener crecimiento y mejores resultados en la empresa.

Pollerías

Es un establecimiento en donde se venden pollos a la brasa para un público en general, en su mayoría se enfocan en la buena atención a sus clientes para que puedan obtener la fidelización o clientes satisfechos etc.

Atención al Cliente

Es el conjunto de funciones que cumplen las personas responsables de un lugar con el fin de que los clientes puedan sentirse satisfechos y puedan regresar al establecimiento.

Lugar

El lugar donde realice las encuestas fue en el distrito de Nuevo Chimbote provincia del Santa enfocándose en la Gestión de Calidad y Atención al Cliente, para los dueños o encargados del lugar.

III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación: Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la Investigación

En la investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal-descriptivo

Fue no experimental: porque la investigación se desarrolló sin manipular deliberadamente a la variable gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente, solo se desarrolló tal y como se presenta en la realidad.

Fue Transversal: porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente el año 2017.

Fue Descriptivo: porque solamente se describió las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de las Urbanizaciones Bellamar y Garatea, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

4.2 Población y Muestra

Se utilizó una población de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, 2017. La información se obtuvo a través de la técnica de sondeo.

Se utilizó una muestra de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, 2017. Porque todas las micro y pequeñas empresas participaron. La información se obtuvo a través de la técnica de sondeo. (Ver anexo 3).

4.3 Definición y Operacionalización de variables

Variable	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes	Son las personas o encargados que proceden a optar a dirigir las empresas.	Edad del encuestado	De 18 a 25 años De 26 a 40 años De 41 a 60 años De 60 años a mas	Cuantitativa
		Sexo del encuestado	Masculino Femenino	Nominal
		Grado de instrucción académica del encuestado	Primaria Secundaria Superior universitario Superior no universitario Si instrucción	Nominal
		Cargo dentro de la empresa del encuestado	Propietario Administrador Otros	Nominal
		Tiempo que desempeña el en la empresa	De 0 a 3 años De 4 a 6 años De 6 años a mas	Ordinal: numérico

Variable	Definición de Variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y Pequeñas Empresas.	Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización empresarial contemplada en la legislación vigente.	Años de pertenencia en la actividad y el rubro.	De 0 a 3 años De 3 a 6 años De 6 a más años	Cuantitativo
		Número de trabajadores en la empresa	De 1 a 5 De 6 a 10 De 11 a 15 De 16 a mas	Cuantitativo
		Personas que trabajen en la empresa	Familiares No familiares	Nominal
		Objetivo	Generar ganancias subsistencia	Nominal

Variable	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
		Término Gestión de Calidad	Si No Tiene cierto conocimiento	Nominal
			Benchmarking Atención al	

Gestión de calidad en la atención al cliente	Satisfacción con respecto a la atención al cliente con el fin que obtenga el producto en el mejor ambiente correcto para su mayor factibilidad de calidad	Técnicas modernas de la Gestión de Calidad	Cliente Empowerment Las 5 C Outsourcing Otros Ninguno	Nominal
		Dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de Gestión de Calidad	Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otros	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación La evaluación Escala de puntuaciones Evaluación de 360° Otros	Nominal
		La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del	Si No	Nominal

		negocio		
		La Gestión ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa	Si No A veces	Nominal

Variable	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
	Es un servicio que produce las empresas que prestan servicios o que comercializan los productos con todos sus	Término de atención al cliente	Si No Tengo cierto conocimiento.	Nominal
		Gestión de Calidad en el servicio que brinda a sus clientes	Si No A veces	Nominal
		Atención al Cliente es fundamental para que este	Si No	Nominal

Gestión de calidad	clientes.	regrese a establecimiento		
		Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	Comunicación Confianza Retroalimentación Ninguno	Nominal
		Principales factores para la calidad al servicio	Atención personalizada Rapidez en la entrega de los productos Las instalaciones Ninguna	Nominal
		La atención que brinda a los clientes	Buena Regular Malo	Nominal
		Considera usted que se está dando una mala	No tiene suficiente personal. Por una mala organización de los trabajadores.	Nominal

		atención al cliente.	Si brindan una buena atención al cliente.	
		Resultados se han logrado brindando una buena atención al cliente	Clientes satisfechos Fidelización de los clientes Posicionamiento de la empresa Incremento en las ventas.	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario estructurado con 23 preguntas las cuales están distribuidas en tres partes: Las 5 primeras preguntas están referidas a los datos de las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, las 4 siguientes se refiere 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 aplicar el cuestionario a través de la técnica de la encuesta se procedió a desarrollar las tablas y figuras que se presentan como resultado, dichas tablas y figuras se realizaron a través del programa Excel, asimismo se utilizó el programa Word para redactar el trabajo de investigación.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, del Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar las características de Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017</p> <p>Objetivos específicos</p>	<p>Gestión de Calidad</p>	<p>Se utilizó una población de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, 2017.</p> <p>Se utilizó una muestra de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea,</p>	<p>Fue no experimental: porque la investigación se desarrolló sin manipular deliberadamente a la variable gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente, solo se desarrolló tal y como se presenta en la realidad.</p> <p>Fue Transversal: porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario estructurado.</p>

			distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, 2017.		
--	--	--	--	--	--

	<p>Determinar las características de los representantes del sector servicio rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.</p> <p>Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, 2017.</p> <p>Determinar las características de la Gestión de Calidad en</p>			<p>inicio y un fin específicamente el año 2017.</p> <p>Fue Descriptivo: porque solamente se describió las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías de las Urbanizaciones Bellamar y Garatea, distrito de Nuevo Chimbote, 2017.</p>	
--	---	--	--	---	--

	Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.				
--	---	--	--	--	--

4.7 Principios que rigen la actividad investigadora

Protección a las personas: Para la investigación es el fin y no el medio, toda persona debe ser respetada tanto su identidad como confidencialidad respetando en todo momento la privacidad con las personas que se trabaja. Este principio se comprometo rotundamente a respetar en todo momento los derechos de las personas.

Beneficencia y no maleficencia: Lo que se debe cumplir en este principio es que se debe respetar las personas en todo momento evitar cualquier tipo de daño o perjuicio ante ellos.

Justicia: el investigador debe ser una persona parcial en todo momento no dando lugar a prácticas injustas, actuando con equidad y justicia con las personas que están siendo de poyo en esta investigación.

Integridad científica: se debe a cada paso de las normas de investigación donde se cumple con la estructura y se respeta la integridad de cada persona que se entrevistó en esta investigación.

Consentimiento informado y expresado: esta ética en todo momento debe ser de forma voluntaria, libre para todo persona que ayudo en esta investigación, teniendo el permiso de ellos solo con el fin de que esta investigación sea establecida en el informe.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

Datos Generales	N	%
Edad		
18-30 años	2	18.18
31-50 años	7	63.64
51 a más	2	18.18
Total	11	100.00
Género		
Masculino	5	45.45
Femenino	6	54.55
Total	11	100.00
Grado de instrucción		
Sin Instrucción	4	36.36
Educación Básica	2	18.18
Superior No Universitaria	5	45.45
Superior Universitaria	0	0.00
Total	11	100.00

Continúa...

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

Datos Generales	N	%
Cargo que desempeña		
Dueño	4	36.36
Administrador	7	63.64
Total	11	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	2	18.18
4 a 6 años	4	36.36
7 a más años	5	45.45
Total	11	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

De las micro y pequeñas empresas	N	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	1	9.09
4 a 6 años	6	54.55
7 a más años	4	36.36
Total	11	100.00
Número de Trabajadores		
1 a 5 trabajadores	10	90.91
6 a 10 trabajadores	1	9.09
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	11	100.00
Las personas que trabajan en su Empresa		
Familiares	5	45.45
Personas no Familiares	6	54.55
Total	11	100.00

Continúa...

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

De las micro y pequeñas empresas	N	%
Objetivo de creación		
Generar Ganancia	6	54.55
Subsistencia	5	45.45
Total	11	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

Tabla 3

Características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Conoce el termino gestión de calidad		
Si	7	63.64
No	2	18.18
tengo cierto conocimiento	2	18.18
Total	11	100.00
Técnicas modernas de la gestión de calidad se conoce		
Benchmarking	2	18.18
Atención al cliente	7	63.64
Empowerment	2	18.18
Las 5 C	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	11	100.00
Dificultades de los trabajadores que impiden la implementación de la gestión de Calidad		
Poca Iniciativa	0	0.00
Aprendizaje Lento	1	9.09
No se adapta a los cambios	5	45.45
Desconocimiento del Puesto	0	0.00
Otros	5	45.45
Total	11	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La Observación	1	9.09
La Evaluación	7	63.64
Escala de Puntuaciones	3	27.27
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	11	100.00
La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	9	81.82
No	2	18.18
Total	11	100.00
La Gestión ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa		
Si	8	72.73
No	3	27.27
A Veces	0	0.00
Total	11	100.00
Conoces el término de atención al cliente		
Si	7	63.64
No	4	36.36
Tengo Cierta Conocimiento	0	0.00
Total	11	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Aplica a gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes		
Si	7	63.64
No	0	0.00
A Veces	4	36.36
Total	11	100.00
La atención al cliente es fundamental para que este regrese a Establecimiento		
Si	8	72.73
No	3	27.27
Total	11	100.00
Herramienta que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	3	27.27
Confianza	2	18.18
Retroalimentación	6	54.55
Ninguno	0	0.00
Total	11	100.00
Principales factores para la calidad al servicio		
Atención Personalizada	4	36.36
Rapidez En La Entrega De Los Productos	6	54.55
Las Instalaciones	1	9.09
Ninguno	0	0.00
Total	11	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
La atención que brinda a los clientes		
Buena	8	72.73
Regular	3	27.27
Malo	0	0.00
Total	11	100.00
Se está dando una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	0	0.00
Por una Mala Organización de los Trabajadores	4	36.36
Si brindan una buena atención al cliente	7	63.64
Total	11	100.00
Resultados que se ha logrado brindando una buena atención al cliente		
Clientes Satisfechos	4	36.36
Fidelización de los clientes	5	45.45
Posicionamiento de la Empresa	2	18.18
Incremento en las Ventas	0	0.00
Total	11	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

5.2 Análisis de los resultados

Tabla 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Bellamar y Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

Edad de los representantes: El 64% tienen un promedio de entre 31 y 50 (Tabla 1). Estos resultados coinciden con los de Obando (2016), el cual determina que el 35.9% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestados tienen de 36 a 45 años de edad, también coincide con Trujillo (2014), ya que de los representantes de las micro y pequeñas empresas el 53.33% tienen de 31 - 40 años de edad, asimismo coincide con Ríos (2015), el 35% los representantes legales de las MYPES encuestadas su edad fluctúa entre 35 – 44, también coincide con Rubio (2014), ya que el 45% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 41 a más años de edad. Pero contrasta con Sáenz (2016), ya que el 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son mayores de 51 años, estos resultados contrasta con Antúnez (2017), ya que el 72.2% son mayores de 51 años, a su vez contrasta con Torres (2013), porque el 40% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 51 a 60 años de edad. Esto demuestra que hoy en día las micro y pequeñas empresas está compuesta por más adultos con ganas de seguir superándose a pesar de la edad que tengan.

Género de los representantes: El 46% son de género femenino (Tabla 1). Estos resultados coinciden con Trujillo (2014), de los representantes de las micro y pequeñas el 86.67% son de género femenino, este resultado también coinciden con González (2014), ya que el 60% de los representantes de las micro y pequeñas son de género femenino, estos resultados también coinciden con Trujillo (2014), ya el 86.67% son de género femenino. Pero estos resultados contrasta con los de Obando (2016), ya que el 51,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas de los encuestadas son de género masculino, estos resultados contrasta con Sáenz (2016), el 90% de los

representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas son de género masculino, estos resultados contrasta con Antúnez (2017), siendo que el 63.6% de los representantes de las micro y pequeñas son de género masculino, estos resultados también contrasta con Torres (2013), ya que el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino y finalmente estos resultados contrasta con Ríos (2015), ya que el 65% de los representantes de las micro y pequeñas son de género masculino. Esto demuestra que tanto hombres como mujeres quieren surgir sin que exista algún tipo de machismo o feminismo, lo que realmente pretenden es liderar en el mercado.

Grado de instrucción de los representantes: El 45% tienen un grado de instrucción Superior No Universitaria (Tabla 1). Estos resultados coinciden con Obando (2016), ya que el 84,5% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas manifestaron tener un grado de instrucción superior no universitario, estos resultados también coinciden con Torres (2013), ya el 50% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas no tiene estudio superior universitario. Pero estos resultados contrasta con Sáenz (2016), ya que el 50% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas tienen como grado de instrucción secundaria completa, estos resultados también contrasta con Antúnez (2017), ya el 45.5% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas su grado de instrucción , tiene estudios superiores, estos resultados también contrasta con Rubio (2014), ya que el 80% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas tienen educación a nivel primario, estos resultados también contrasta con Trujillo (2014), ya que el 40% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas tienen estudios secundarios u otros conocimientos, estos resultados contrasta con Ríos (2015), ya que los representantes legales de las MYPES encuestadas predomina la instrucción superior universitaria completa con 60%. Esto demuestra que hoy en día las micro y pequeñas se posicionan en el mercado sin necesariamente haber tenido estudios

superiores universitarios, solo las ganas de querer crecer como micro emprendedores y tener un lugar en el mercado.

Cargo que desempeñan los representantes: El 64% desempeñan el cargo de administradores (Tabla 1). Estos resultados contrastan con Sáenz (2016), ya que el 100% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas son dueños, estos resultados también contrastan con Torres (2013), ya que nos dice que el 80% son propietario de las Mypes. Estos resultados demuestran que la mitad ocupan puestos como dueños de los locales y otros como administradores.

Tiempo que desempeñan los representantes en el cargo: El 45% desempeñan en el cargo es de 7 a más años (Tabla 1). Estos resultados tienen, estos resultados coinciden con Sáenz (2016), porque nos dice que el 50% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas tienen entre a 4 a 6 años de desempeño en el cargo, también coinciden con Ríos (2015), ya que nos dice el tiempo que predomina es de 5-7 años con un 50% Pero estos resultados contrastan con Torres (2013), ya que el 60% tiene de 0 a 20 años de tiempo que desempeña. Estos resultados demuestran que el tiempo de permanencia en el rubro varia, pero a pesar de esa diferencia ellos siguen manteniéndose posicionados en el mercado.

Tabla 2: Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Bellamar y Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

Tiempo de permanencia en la empresa: El 55% el tiempo de permanencia en el rubro es de 4 a 6 años (Tabla 2). Estos resultados tienen coincidencia con Sáenz (2016), ya que el 50% también tienen entre 4 a 6 años tiempo de permanencia en el rubro, estos resultados también coinciden con Antúnez (2017), ya que el 68.2% tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro. Pero estos resultados contrastan con Ríos (2015), ya que el 60% tiene de 5 a 7 años en el rubro finalmente contrasta con Gonzáles (2014), ya que el 47% también tienen más de siete años en el rubro. Estos resultados demuestran que los años que tienen de permanencia en el rubro no son mucho pero tienen buen número de clientes.

Número de trabajadores en las micro y pequeñas empresas: El 91%, cuentan con 1 a 5 trabajadores (Tabla 2). Estos resultados tienen coincidencia con Sáenz (2016), ya que el 90% tienen de 1 a 3 trabajadores permanentes. Estos resultados nos muestran que el número de trabajadores en las micro y pequeñas empresas no son tantos.

Objetivo de creación: El 54.55% tiene como objetivo generar ganancia y el 45.45% de subsistencia. Estos resultados nos muestran que las microempresas tratan de surgir para sustentar a sus familias.

Personas que trabajan en la empresa: El 55% tienen a personas que son familiares trabajando en su empresa (Tabla 2). Estos resultados tienen coincidencia con Antúnez (2017), ya que el 45.5% contratan mayormente a sus familiares. Estos resultados nos muestran que muy pocas mypes prefieren trabajadores externos en sus establecimientos antes que sus familiares.

Tabla 3: Características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las Urbanizaciones Bellamar y Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

Conocimiento del termino de Gestión de Calidad de los representantes: El 64.00%, tienen conocimiento del termino Gestión de Calidad (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Antúnez (2017), ya que el 59.1% si conocen de gestión de calidad. Pero estos resultados contrastan con Trujillo (2014), ya que el 60% sostienen que no conocen la manera correcta de atender a los clientes por su poca experiencia laboral debido a que no tienen claro el término de Gestión de Calidad. Estos resultados nos muestran que muy pocas mypes tienen conocimientos del termino Gestión de Calidad y que muy probablemente otras ni lo aplican.

Conocimiento de las técnicas modernas de la Gestión de Calidad de los representantes: El 63.64% tiene como técnica moderna la atención al cliente y el 18.18% aplica el Benchmarking como técnica de Gestión de Calidad. (Tabla 3). Lo que demuestra que las mypes tratan de informarse para que puedan aplicar alguna de técnica moderna que le sea beneficioso para su empresa.

Dificultades del personal para la implementación de la Gestión de Calidad: El 4.45% no se adaptan a los cambios y el 9.09% tienen aprendizaje lento como dificultad que impiden la implementación. Estos resultados nos muestran que no se les está capacitando de manera adecuada a los trabajadores para que puedan cumplir con sus funciones laborales.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 64% tiene como técnica para medir el rendimiento del personal, la Evaluación (Tabla 3). Estos resultados contrastan con Antúnez (2017), ya que el 40.9% tiene como técnica de gestión la mejora continua. Esos resultados nos muestran que no todas las mypes están aplicando técnicas para

medir el rendimiento y no se toman muy en serio el poder brindar una buena Gestión de Calidad a sus clientes.

Rendimiento del negocio con la Gestión calidad: El 81.82% nos dice que la Gestión de Calidad si ayuda a mejorar el rendimiento y el 18.18% piensan que no ayuda. (Tabla 3). Estos resultados nos muestra que la mayoría de las mypes si toman en cuenta la Gestión de Calidad para el crecimiento de su empresa.

Gestión ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa: el 72.73% considera que si ayuda a alcanzar los objetivos y el 27.27% considera que no. (Tabla 3). Estos resultados demuestran que muchos de los empresarios si toman la importancia debida a la Gestión de Calidad.

Conoce el termino de atención al cliente: El 63.64% si conoce el termino y el 36.36% no conoce el termino de atención al cliente. (Tabla 3). Estos resultados demuestran que no tienen la información necesaria de atención al cliente.

Aplica la Gestión de Calidad en el servicio que brinda a sus clientes: el 63.64% si lo aplica y el 36.36% solo en ocasiones. (Tabla 3). Estos resultados demuestran que no todas las mypes tienen mucha información sobre Gestión de Calidad para que puedan emplearlo de manera adecuada en sus empresas.

La atención al cliente es fundamental para que regrese a su establecimiento: El 72.73% considera que si es fundamental y el 27.27% no cree que es necesario. (Tabla3). Estos resultados nos muestran que gran número de mypes cree que la atención al cliente no es fundamental para el crecimiento de la empresa.

Herramientas que utiliza para un buen servicio: El 54.55% utiliza la retroalimentación y el 27.27% la comunicación para un buen servicio (Tabla 3). Estos resultados demuestran que es necesario aplicar algún tipo de herramienta a la empresa para poder brindar un buen servicio y de calidad.

Principales factores: El 55% tiene como factor principal la calidad al servicio y es que tienen rapidez en la entrega de los productos, estos resultados contrastan con

Rubio (2014) , ya que el 60% califican a la mype como factor principal que tiene una regular calidad de atención, estos resultados contrastan con Trujillo (2014), ya que como factor para la calidad del servicio es que el 73.33% sostienen que no están capacitados para resolver problemas que se puedan presentar con los clientes, estos resultados contrastan con Ríos (2015), ya que un 45% de las mypes encuestadas es que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención al cliente. Estos resultados nos muestran las micro y pequeñas empresas tienen diferentes factores para la calidad del servicio, que falta aplicar en sus negocios

Atención que brinda a los clientes: El 72.73% tiene buena atención y el 27.27% tiene una atención regular. (Tabla 3). Estos resultados nos muestran que aún en las empresas les falta mejorar la atención al cliente y no toman la importancia adecuada para ello.

Consideran que dan una mala atención al cliente: El 63.64% si brindan una buena atención al cliente y el 36.36% por una mala organización de los trabajadores. Estos resultados nos muestran que no todas las empresas brindan una buena atención por la falta de conocimientos.

Resultados que han logrado brindando una buena atención al cliente: El 45.45% tuvo fidelización de los clientes y el 18.18% posicionamiento de la empresa. Estos resultados demuestran que algunas empresas están aplicando bien la atención de los clientes y a algunos les da resultados.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los encuestados tienen edad promedio de entre 31 y 50 años, son de género femenino, el cargo que desempeñan es de administrador. La minoría el tiempo que desempeñan en el cargo es de 7 a más años, tienen un grado de instrucción superior no universitaria.

La mayoría de los encuestados el tiempo de permanencia que tienen en el rubro es de 4 a 6 años, el número de trabajadores es de 1 a 5 trabajadores, las personas que trabajan en su empresa son personas no familiares, tienen como objetivo de creación generar ganancia.

La mayoría de los encuestados si conoce el término de gestión de calidad, tienen como técnica moderna de la gestión de calidad la atención al cliente, tienen como técnica para medir el rendimiento del personal la evaluación, ellos consideran que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, también consideran que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, ellos si conocen el termino de atención al cliente, si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, consideran que la atención al cliente si es fundamental para que este regrese al establecimiento, la herramienta que utilizan para un servicio de calidad es la retroalimentación, los principales factores para la calidad al servicio es la rapidez en la entrega de los productos, la atención que brindan a los clientes es buena, consideran que están dando una buena atención al cliente, resultados que han logrado brindando una buena atención al cliente es la fidelización de los clientes. La minoría tiene como dificultad que impiden a los trabajadores a la implementación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Gestionar cursos referentes a su rubro que son atención al cliente, servicios, gestión de calidad para un mejor manejo en su empresa, asimismo aplicar más estrategias de atención al cliente en los trabajadores para que estos brinden un buen servicio en atención al cliente, de tal modo que las microempresas puedan liderar en el mercado debido a la abundante competencia que hay y siempre mantener los clientes dando un buen trato y una buena calidad para ellos.

Capacitar a los trabajadores de cada establecimiento para que puedan brindar mejores servicios y puedan tener una atención de calidad para que tengan clientes satisfechos, así de esta manera obtener la fidelidad de ellos y posicionarse en los mercados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- 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*. Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Cinco días (2016). *Un salto de calidad en España*. Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/11/17/empresas/1479400732_977111.html
- Duran, J. (2016). *Concepto de muestra y población*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/jcarlos2509/estadistica-poblacion-muestra-y-variables>
- El Plural (2017). *Ventajas y desventajas*. Recuperado de: https://www.elplural.com/economia/empresas/el-servicio-de-atencion-al-cliente-y-sus-ventajas_101784102
- Galeón (2012). *Evolución de las micro y pequeñas empresas MYPE en el Perú*. Recuperado de: <http://formacione.galeon.com/productos2140191.html>
- Gomes, H. (2006). *Definición del servicio al cliente*. Recuperado de: <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>
- Gomes, A. (2019). *Problemática en España*. Recuperado de: <http://www.ticpymes.es/autonomos/noticias/1101138025204/pymes-espanolas-no-crecen-podrian.1.html>
- Iso (2018). *Enfoque al cliente, principio de un sistema de Gestión*. Recuperado de: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/>
- Iso (2017). *Principios del Iso*. Recuperado de: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/09/enfoque-basado-en-procesos/>

- Informe (2017). *Procedimiento de atención al cliente*. Recuperado de:
http://www.mici.gob.pa/imagenes/pdf/procedimiento_atencion_cliente.pdf
- Maroto, S. (2014). *La gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas rey agro*. Recuperado de:
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6948/1/tesis-007%20%20%20Gesti%C3%B3n%20de%20Empresas%20Agr%C3%ADcolas%20y%20manejo%20de%20poscosecha%20-CD%202019.pdf>
- Nudel, S. (2009). Concepto de atención al cliente. Recuperado de:
<https://expansion.mx/opinion/2009/07/15/la-importancia-del-servicio-al-cliente>
- Obando, L. (2016). *Caracterización de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes de un tenedor en el distrito de San Luis, 2015*. Recuperado de:
<https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Peresson, L. (2010). *Sistema de Gestión de Calidad en atención al cliente*. Recuperado de: <https://www.monografias.com/trabajos-pdf/calidad-enfocada-cliente/calidad->
- Quintero, M. (2016). *Etapas del servicio al cliente*. Recuperado de:
<https://prezi.com/h21ooizuooow6/etapas-del-servicio-al-cliente/>
- Robles, D. (2017). *Problemática en Chile*. Recuperado de:
<https://www.conletragrande.cl/mi-empresa/como-afecta-la-retencion-de-impuestos-a-las-pymes>
- Rubio, R. (2014). *Calidad en el servicio de atención al cliente de las mypes, rubro financiero, del distrito de Otuzco, provincia de Otuzco, año 2013*. Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Ríos, M. (2015). *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014*. Recuperado de:
<https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>

- Salinas, G. (2013). *Dificultades de las pymes en Colombia*. Recuperado de: <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/3784/Las%20dificultades%20de%20las%20Pymes%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina%20y%20Colombia%20para%20lograr%20ser%20competitivas%20y%20sosteni.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sáenz, J. (2016). *La capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores alto – zona de reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015*. Recuperado de: [https://erp.uladech.edu.pe/biblioteca virtual/](https://erp.uladech.edu.pe/biblioteca%20virtual/)
- Sánchez, B. (2006). *Mypes en Perú y su importancia*. Recuperado de: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433>
- Sánchez, A. (2016). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de gyalan, Zacapa*. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Sangama, A. (2010). *Mypes en Perú*. Recuperado de: <http://archivo.peru21.pe/noticia/331925/problema-mype-informalidad>
- Sunafil (2017). *Régimen laboral en las micro y pequeñas empresas*. Recuperado de: <https://www.sunafil.gob.pe/noticias/item/3843-regimen-laboral-en-la-micro-y-pequena-empresa-mype.html>
- Taylor, H. (2018). *Beneficios de atención al cliente*. Recuperado de: <https://www.cuidatudinero.com/13072142/beneficios-de-proveer-un-servicio-al-cliente>.
- Trujillo, I. (2016). *Problemática de las mypes*. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5956/Tesis%20Doctorado%20Mariano%20Mucha%20Pait%20C3%A1n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Trujillo, L. (2014). *Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del distrito de Huaraz, 2014*. Recuperado de:

<https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>

Upela (2015). *PYMES y profesionales “pensar de manera global volviéndose flexibles”*. Recuperado de: <https://www.upela.com/es/blog/pme-e-commercants-penser-mondial-en-devenant-flexible-74.html>

ANEXOS

Anexo 1

Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2017				Año 2018								Año 2019			
		Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I			
		Me s				Me s				Me s				Me s			
		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																	
10	Análisis e Interpretación de los resultados											X						
11	Redacción del informe preliminar												X					
13	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación												X					
14	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X	X			
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																X	
16	Redacción de artículo científico																	X

ANEXO 2

PRESUPUESTO

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
Impresiones	10.00	6	30.00
Fotocopias	9.00	8	72.00
Empastado	100.00	1	50.00
Papel bond A-4 (500 hojas)	4.00	1	4.00
Lapiceros	2.00	1	2.00
Servicios			
Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			258.00
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar Información	100.00	1	100.00
Sub total			100.00
Total de presupuesto desembolsable			358.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicio s			
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/.)			1,010

ANEXO 3

CUADRO DE SONDEO

N° DE MYPE	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	NOMBRE DEL DUEÑO
1	POLLERIA "JAIMITO'S"	URB. NICOLAS GARATEA MZ. A, LOTE 40.	ALBARRAN HUAMANCONDOR ELVIS YHON
2	POLLERÍA " BELLAMAR "	URB. BELLAMAR I ETAPA - MZ. P LOTE 13	RIVERA ZÁRATE AIDA DEL PILAR
3	*POLLERIA MUNDIAL*	URB NICOLAS DE GARATEA MZ 14 LT 13	JARAMILLO DE LA CRUZ ROSALIA ROSA
4	POLLERIA	URB. NICOLAS DE GARATEA AV. AGRARIA Mz 14 Lt 22	PAUCAR ALTAMIRANO GLICIDA LEONOR
5	POLLERIA "EL BUEN SABOR NORTEÑO"	URB. NICOLAS GARATEA MZ 54 LT 14	VALDERRAMA VALENTIN ELEUTERIA
6	POLLERIA "MARYCIELO"	URB. NICOLAS GARATEA MZ 55 LT 24	MALDONADO CABALLERO FERNANDO RICARDO
7	POLLERIA "EL GRANJERO"	Urb. BELLAMAR Mz. K5 Lt. 18	LOPEZ CISNEROS OSCAR JUNIOR
8	"POLLOS A LA BRASA PA LLEVAR"	Urb. NICOLAS GARATEA Mz. C Lt. 19	DIEZ VALVERDE CINTHIA PAMELA
9	"POLLERIA PICO RICO"	URB. NICOLAS DE GARATEA Mz 54 Lt	VILLANUEVA GUERRERO

		15	WILFREDO PAUL
10	POLLERIA "AL CARBON"	URB. NICOLAS DE GARATEA Mz 14 Lt 22	MULTISERVICIOS ADJASHI J & J S.A.C.
11	POLLERIA " CHICKEN BROTHER"	URB. NICOLAS GARATEA Mz 2 Lt 25	CUEVA SHUPINGAHUA ALONSO

ANEXO 4

CUESTIONARIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE



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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas de las Urbanizaciones Bellamar y Garatea sector servicio rubro pollerías, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, 2017. Para el trabajo de Investigación para optar el grado Académico de Bachiller en Ciencias Administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. 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 término 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

Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

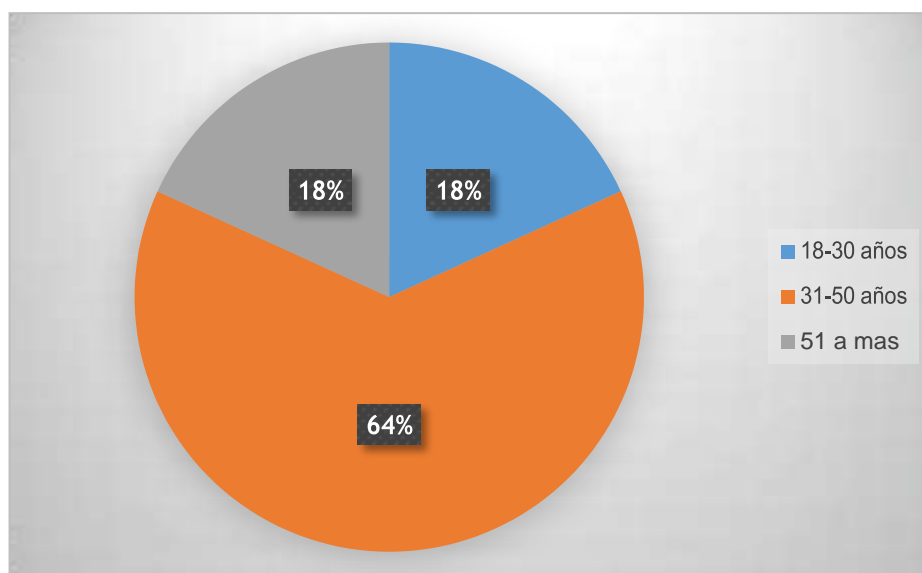


Figura 1. Edad de los representantes

Fuente. Tabla 1

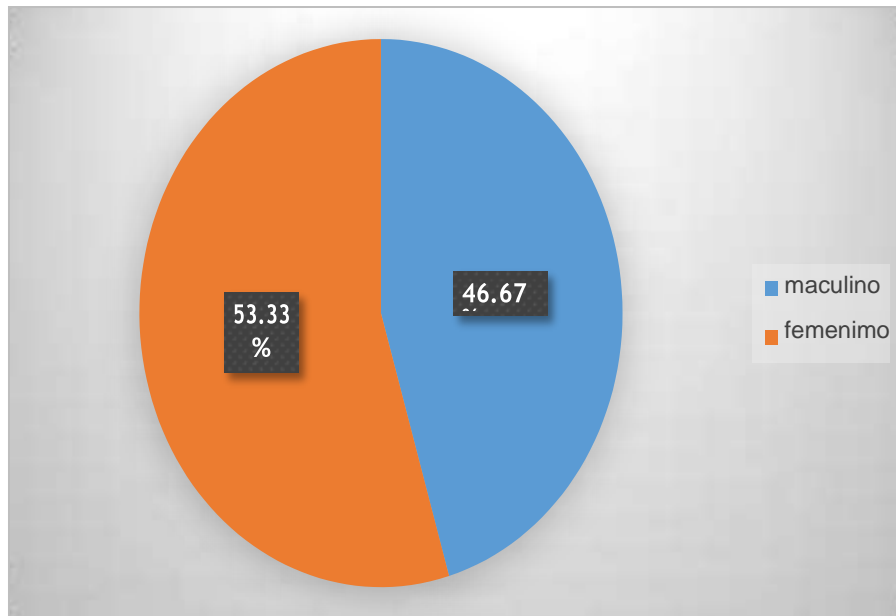


Figura 2. Género de los representantes

Fuente. Tabla 2

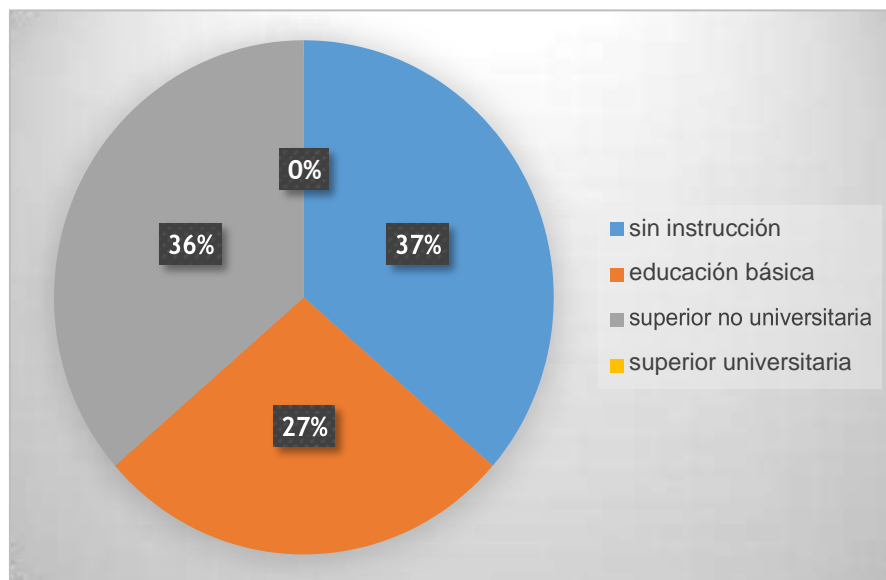


Figura 3. Grado de instrucción de los representantes

Fuente. Tabla 3

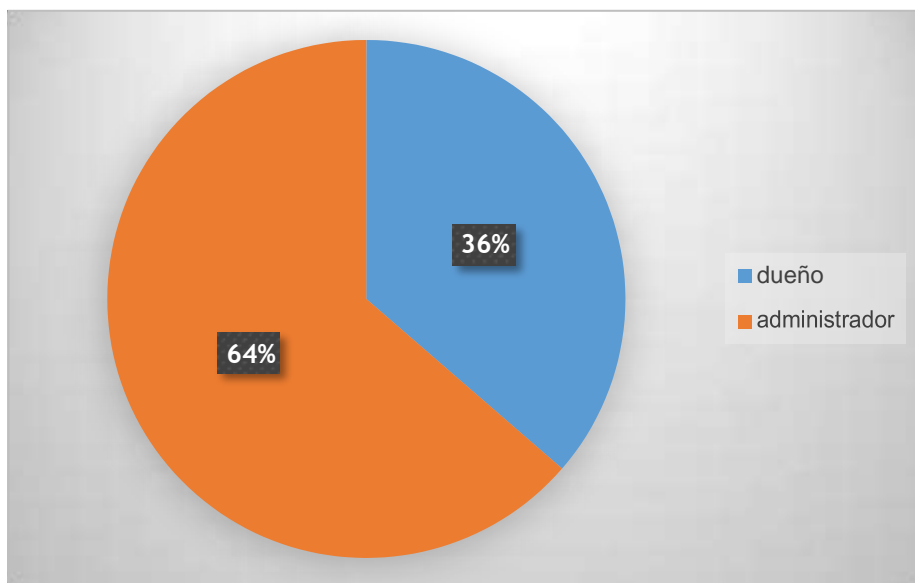


Figura 4. Cargo que desempeña los representantes

Fuente. Tabla 4

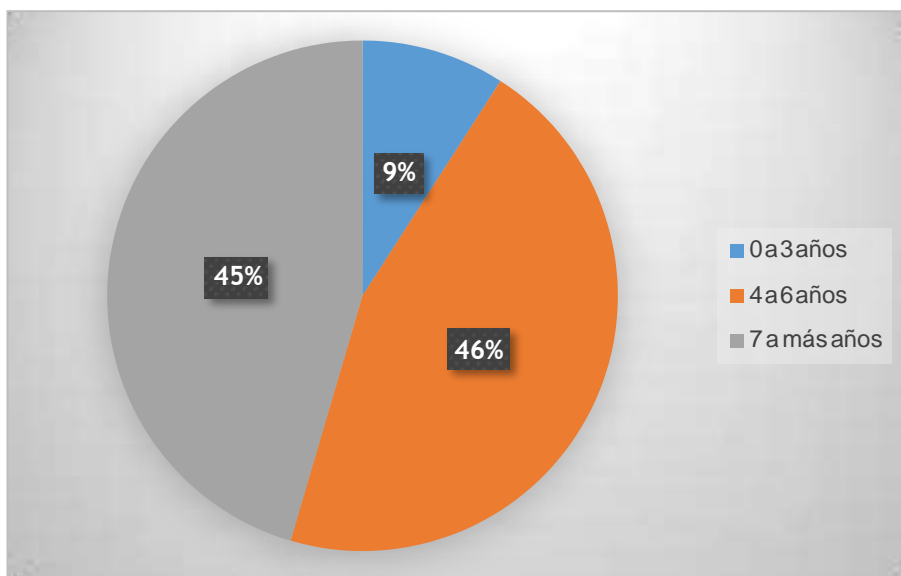


Figura 5. Tiempo que desempeñan en el cargo los representantes

Fuente. Tabla 5

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

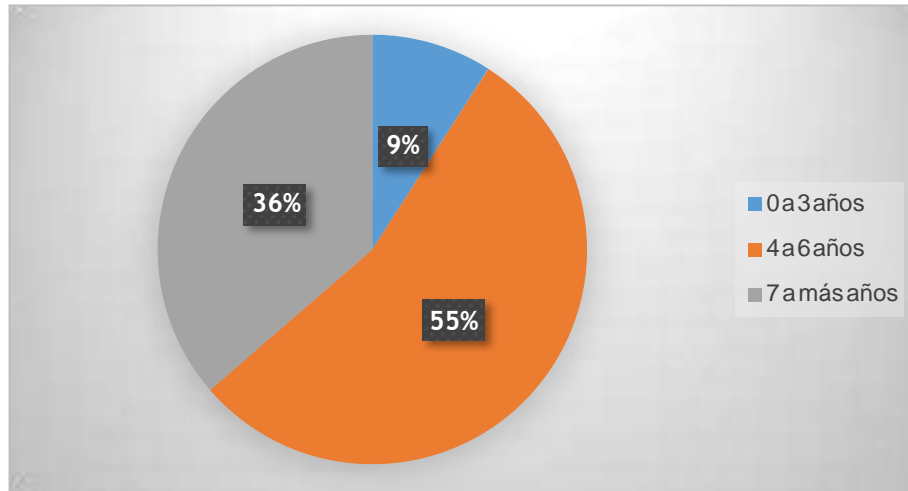


Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro

Fuente. Tabla 6

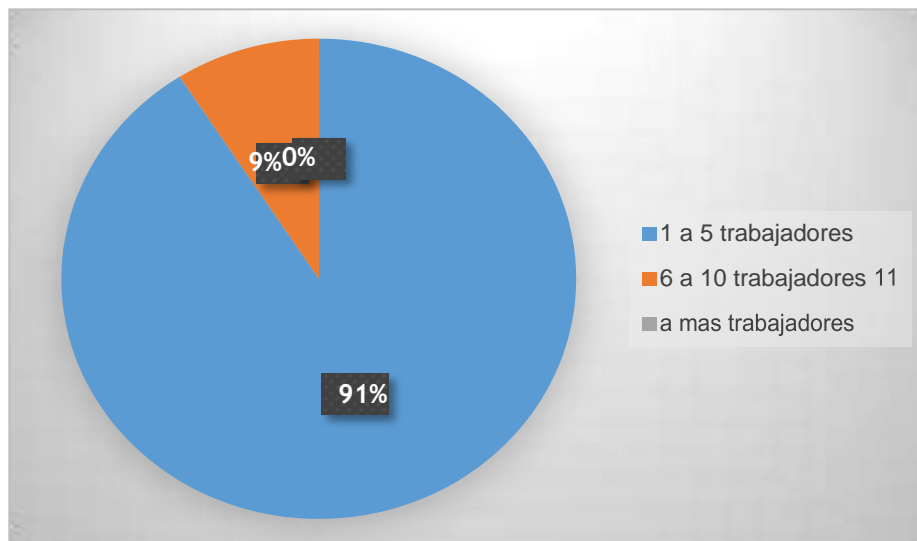


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 7

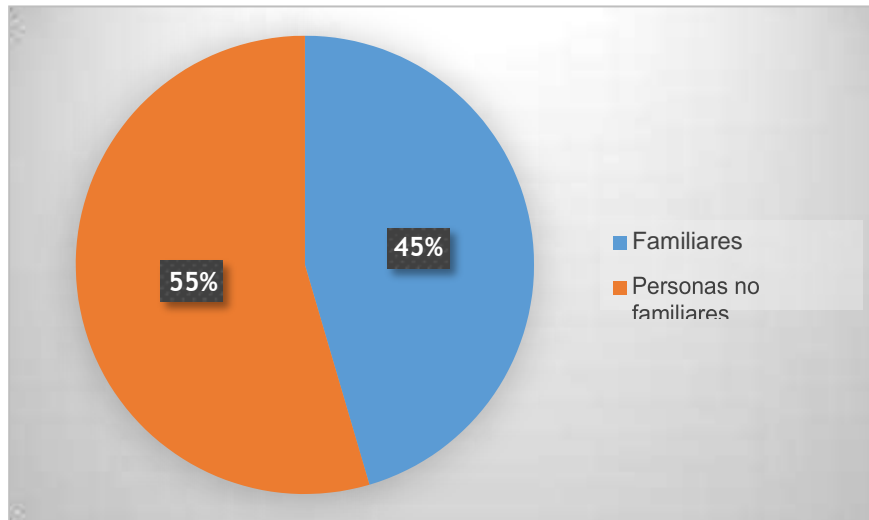


Figura 8. Personas que trabajan en la empresa

Fuente. Tabla 8

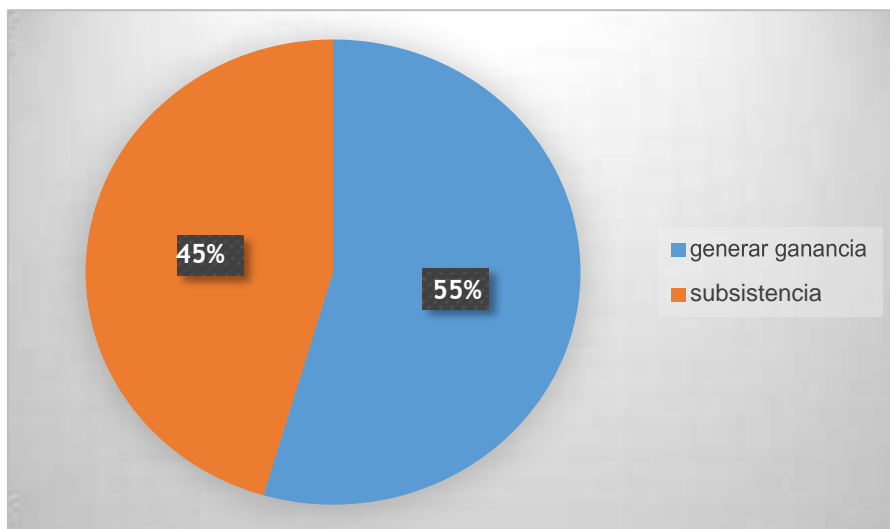


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 9

Características de Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de las urbanizaciones Bellamar y Garatea, Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017.

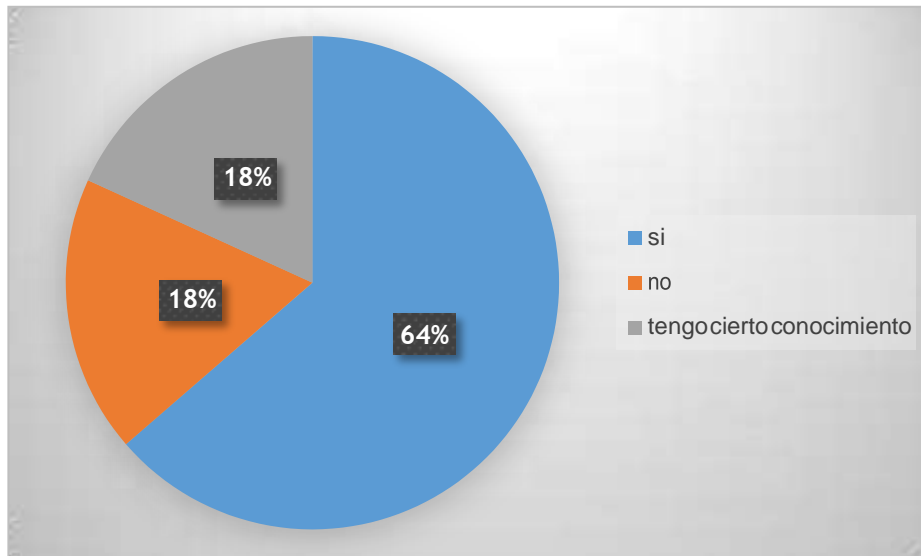


Figura 10. Conoce el término de gestión de calidad

Fuente. Tabla 10

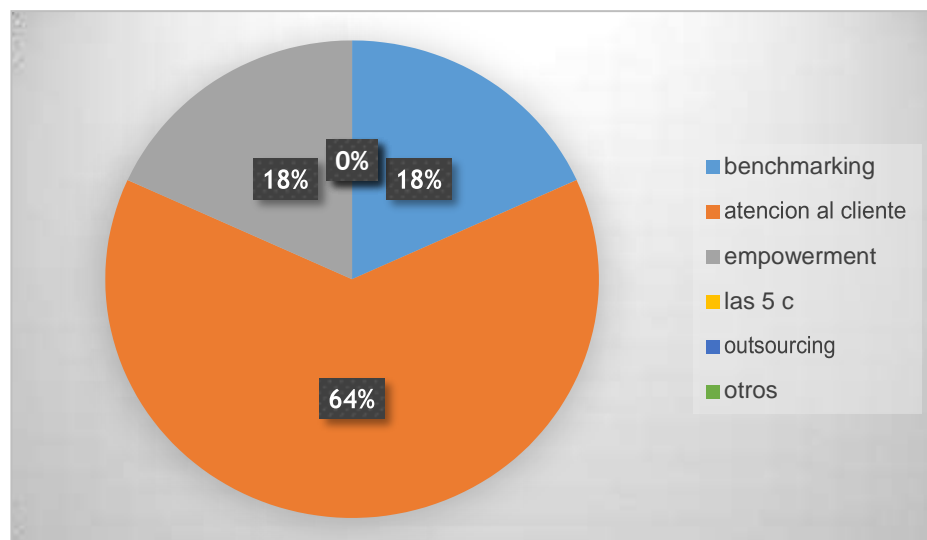


Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce

Fuente. Tabla 11

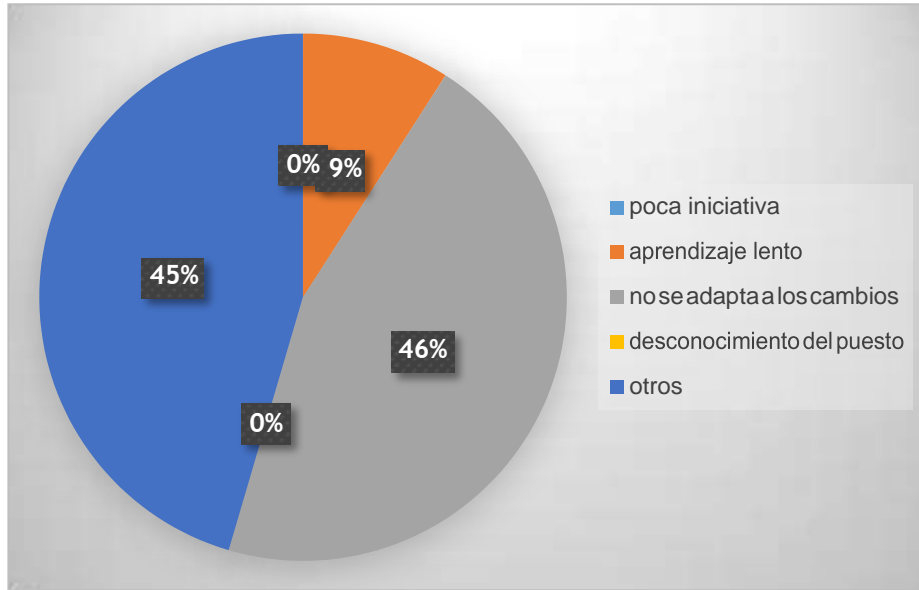


Figura 12. Dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 12

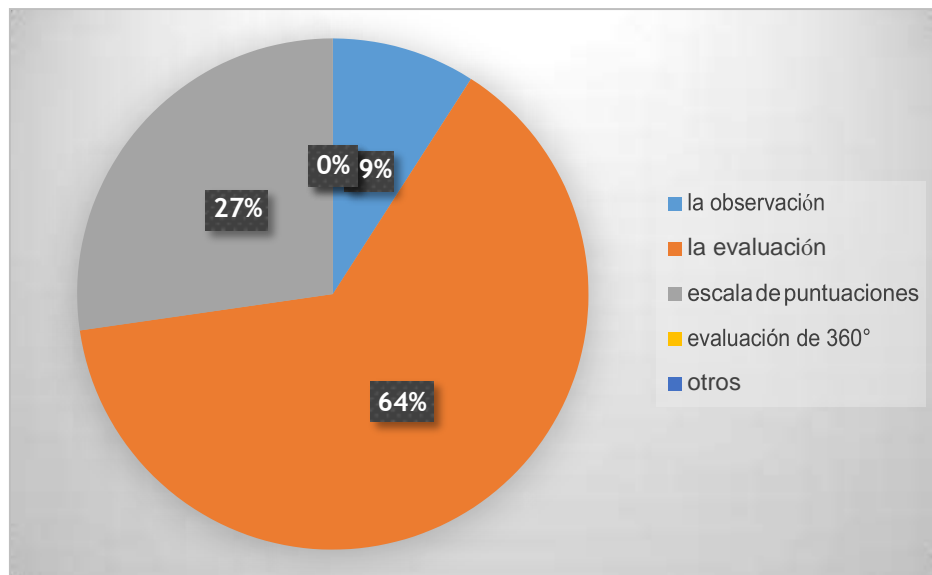


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente. Tabla 13

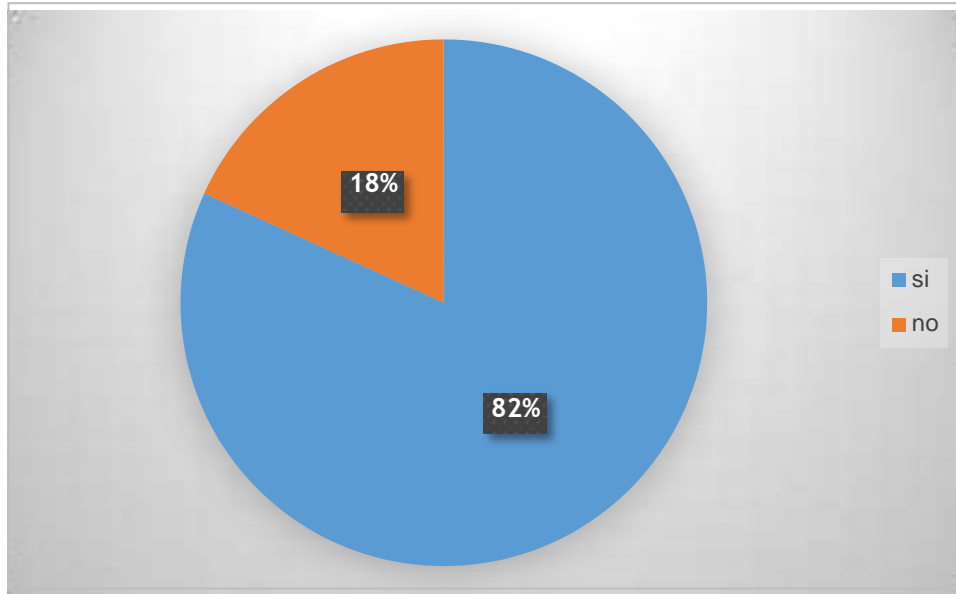


Figura 14. La gestión de calidad ayuda a contribuir el rendimiento del negocio

Fuente. Tabla 14

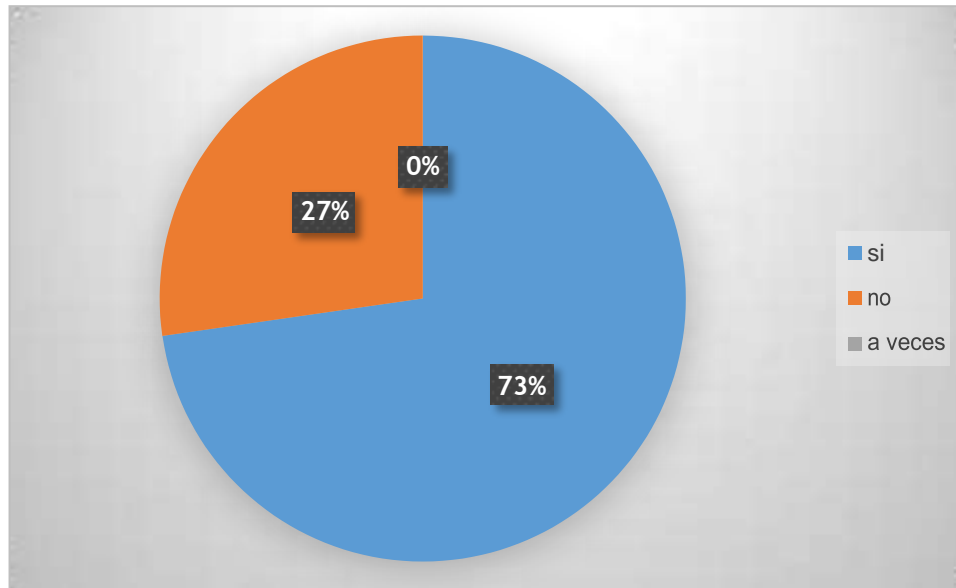


Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa

Fuente. Tabla 15

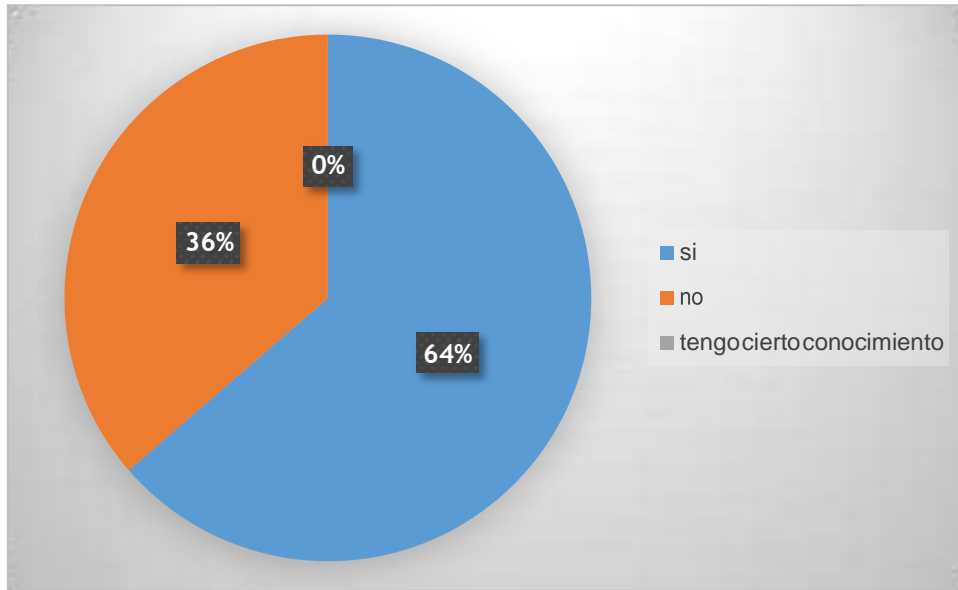


Figura 16. Conoces el término de atención al cliente

Fuente. Tabla 16

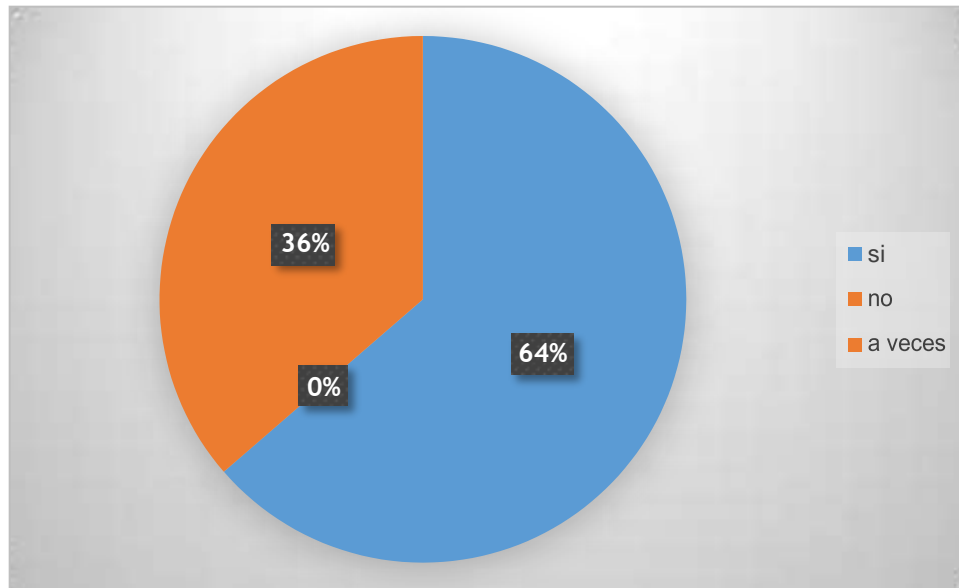


Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

Fuente. Tabla 17

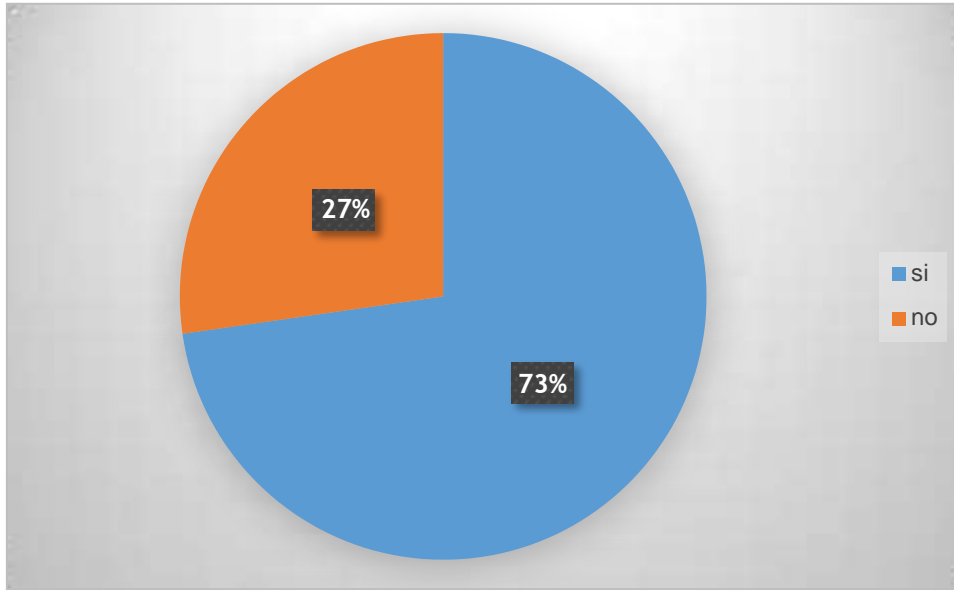


Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento

Fuente. Tabla 18

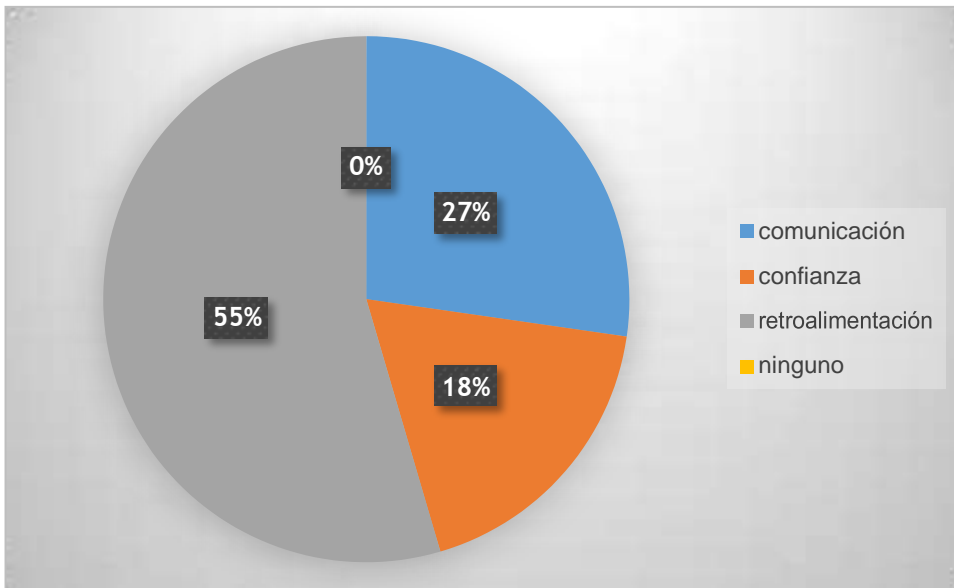


Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

Fuente. Tabla 19

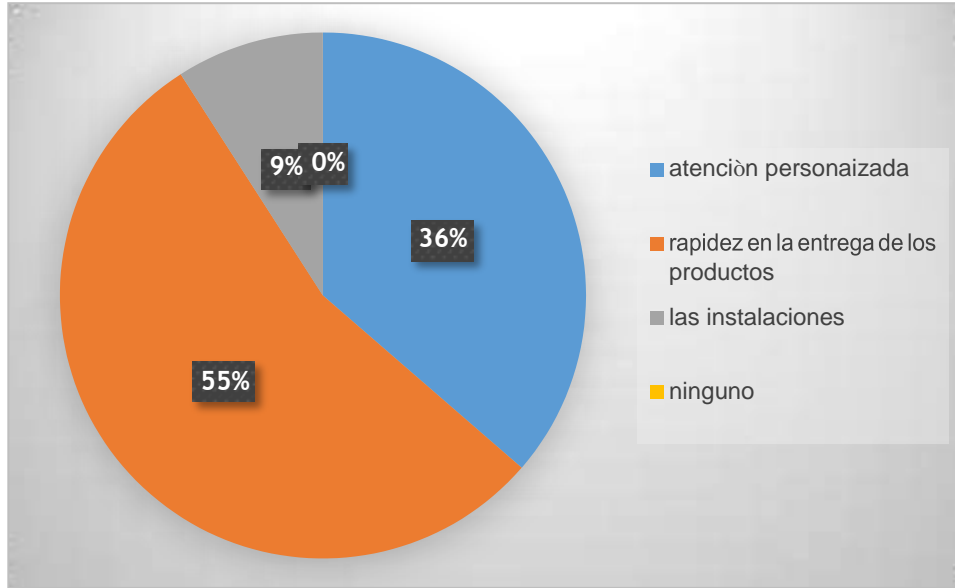


Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda

Fuente. Tabla 20

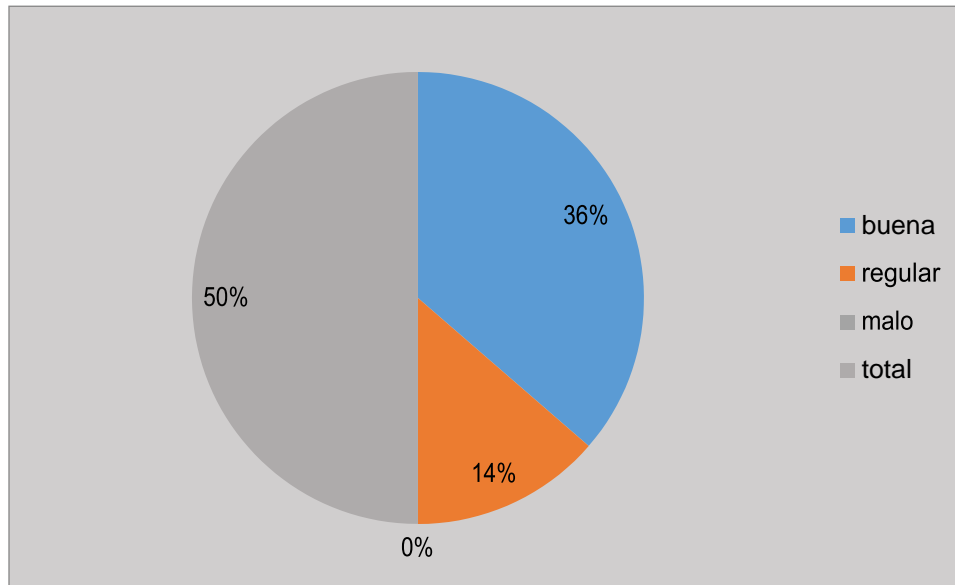


Figura 21. La atención que brinda a los clientes

Fuente. Tabla 21

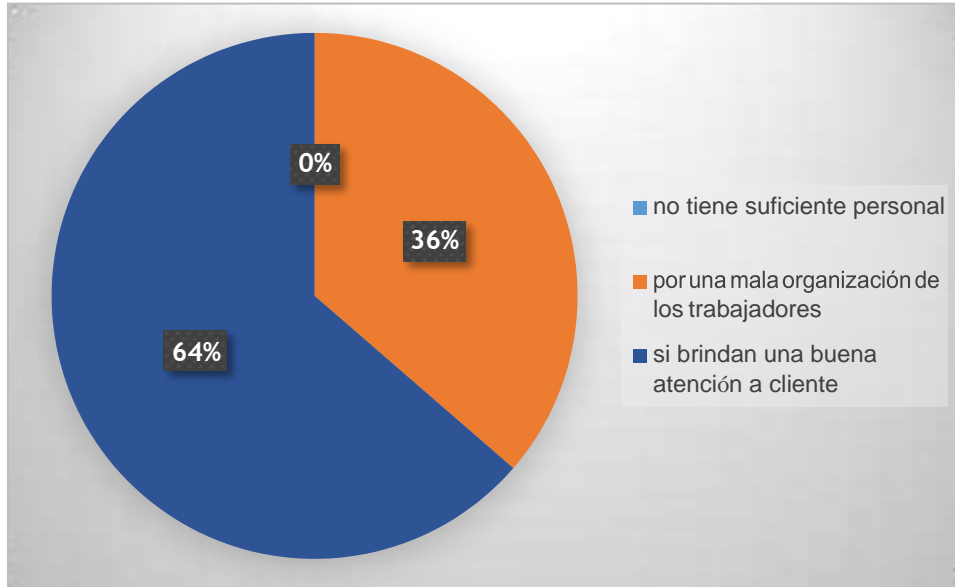


Figura 22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente

Fuente. Tabla 22

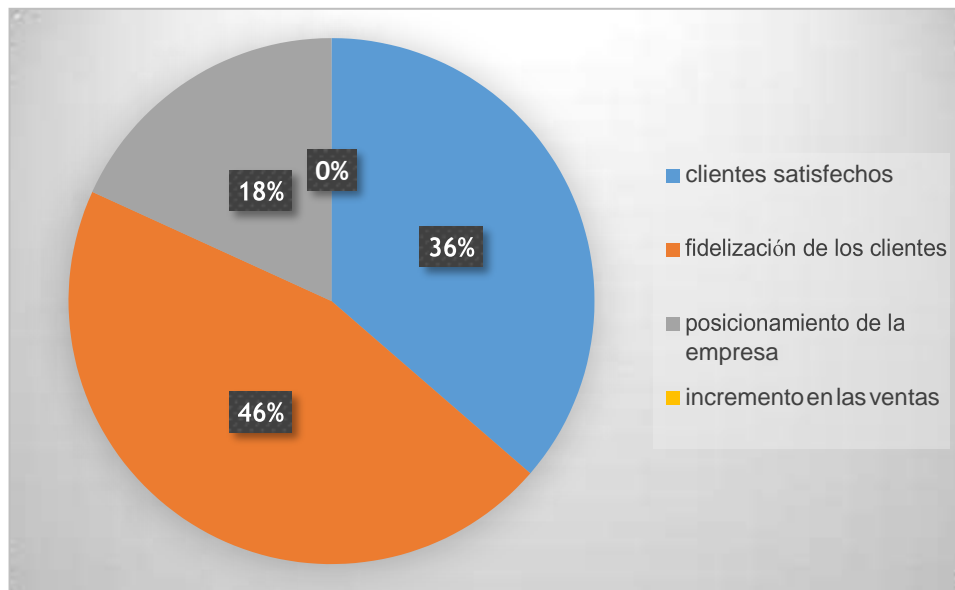


Figura 23. Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente

Fuente. Tabla 23