



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO
POLLERÍAS EN EL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE,
PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2018.

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

AUTOR

QUISPE RODRÍGUEZ, SEGUNDO VALDEMAR

ORCID: 0000 – 0001 – 6058 – 3648

ASESOR

Mgtr. MUÑOZ AGUILAR, ESTUARDO

ORCID: 0000 – 0002 – 9053 – 8175

CHIMBOTE – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Quispe Rodríguez, Segundo Valdemar

ORCID: 0000 – 0001 – 6058 – 3648

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de pregrado, Chimbote,
Perú

ASESOR

Mgtr. Muñoz Aguilar, Estuardo

ORCID: 0000 – 0002 – 9053 – 8175

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

JURADO

Mgtr: Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000 – 0002 - 5746

Mgtr: Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000 – 0002 – 7575 – 3571

Mgtr: Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000 – 0002 – 5471 – 4549

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr: Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000 – 0002 - 5746

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000 – 0002 – 7575 – 3571

Miembro

Mgtr: Cerna Izaguirre, Julio César

0000 – 0002 – 5471 – 4549

Miembro

Mgtr: Muñoz, Aguilar Estuardo

0000 – 0002 – 9053 – 8175

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios porque gracias a Él puedo lograr mis metas trazadas ya que siempre me está cuidando y protegiendo de cada adversidad que se me presenta.

A mi madre Jenny Beatriz Rodríguez Sandoval por ser mi mayor motivo de salir adelante, para un mejor futuro para ella y nuestra familia.

A mi Tía Irma Isabel Cribillero por brindarme toda la confianza y el apoyo desde un inicio.

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico Principalmente a Dios, por ser el inspirador y la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados.

A mi Madre querida porque sé que ella me ayudó en las buenas y en las malas y lo sigue haciendo, además de haberme dado la vida, siempre confié en mí y nunca me abandonó. Te quiero mamita.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018. La metodología que se utilizó en la investigación es tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y diseño transversal no experimental descriptivo. Se utilizó una muestra dirigida a 30 micro y pequeñas empresas para una población de 70. Asimismo, el instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado con 23 preguntadas que fueron orientadas a los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías. La técnica utilizada para el presente trabajo de investigación fue la encuesta, de lo cual se obtuvieron los siguientes resultados: el 40% tienen de 31 a 50 años de edad, el 63.33% pertenece al género femenino; el 43.33% cuenta con educación básica. El 63.33% de empresas tiene de 1 a 5 trabajadores; el 90.00% indicó que la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos de la empresa; el 56.67% conoce el término gestión de calidad el 93.33% conoce el término atención al cliente. Concluyendo que la mayoría de representantes tienen de 31 a 50 años de edad y son del género femenino; las micro y pequeñas empresas tiene de 1 a 5 trabajadores; la mayoría indicó que la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y que los representantes si conocen el término atención al cliente en mayoría.

Palabras clave: Atención al cliente. Gestión de calidad, Micro y pequeña empresa.

ABSTRACT

The present research work had as a general objective: To determine the characteristics of Quality Management under the focus on Customer Service in micro and small companies in the services sector - pollerías heading in the District of Nuevo Chimbote, Province of Santa, year 2018. The methodology used in the research is descriptive type, quantitative level and descriptive non-experimental cross-sectional design. A sample targeted at 30 micro and small businesses was used for a population of 70. The instrument used was also a questionnaire to describe the main characteristics of quality management in micro and small businesses in the services sector in the pollerías sector. The technique used for this research work is the survey, which obtained the following results: 40% are 31 to 50 years old, 63.33% belong to the female gender; 43.33% have basic education. 63.33% of companies have 1 to 5 workers; 90.00% indicated that quality management helps achieve the objectives of the company; 56.67% know the term quality management 93.33% know the term customer service. Concluding that the majority of representatives are 31 to 50 years old and are female; micro and small businesses have 1 to 5 workers; the majority indicated that quality management helps achieve the objectives and that the representatives do know the term customer service in the majority.

Keywords: Micro and small business, Quality, Quality management, Customer service.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor evaluador.....	iii
4. Agradecimiento/dedicatoria.....	iv
5. Resumen/abstract.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y gráficos.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de Literatura.....	7
III. Hipótesis.....	47
IV. Metodología.....	48
4.1. Diseño de la investigación.....	48
4.2. Población y muestra.....	48
4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	49
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	53
4.5. Plan de Análisis.....	53
4.6. Matriz de consistencia.....	54
4.7. Principios éticos.....	55
V. Resultados	56
5.1. Resultados.....	56
5.2. Análisis de Resultados.....	60
VI. Conclusiones.....	71
Aspectos complementarios.....	73
Referencias bibliográficas	74
Anexos.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas

- Tabla 1.** Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.....56
- Tabla 2.** Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.....57
- Tabla 3.** Características de una gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.....58

ÍNDICE FIGURAS (Anexos)

Figuras

Figura 1. Edad	93
Figura 2. Género	93
Figura 3. Grado de instrucción	94
Figura 4. Cargo que desempeña	94
Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo	95
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	95
Figura 7. Número de trabajadores	96
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa	96
Figura 9. Objetivo de creación	97
Figura 10. Conocimiento del termino Gestión de calidad	97
Figura 11. Técnicas de la Gestión de calidad conoce	98
Figura 12: Dificultades tiene el personal para la implementación de Gestión de calidad conoce	98
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce	99
Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	99
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa	100
Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente	100
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	101
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento	101
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	102
Figura 20. Principales factores que utiliza para dar la calidad al servicio que brinda	102
Figura 21. La atención que brinda a los clientes es	103
Figura 22. Considera usted que se está dando una mala atención al cliente	103
Figura 23. Resultados logrados brindando una buena atención al cliente	104

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas son un componente fundamental en el tejido empresarial en América Latina. Esta vital importancia se hace notar en la mayor participación de número total de empresas y asimismo en la generación de empleo, y finalmente contribuyen al producto bruto interno de los países. De la misma manera las micro y pequeñas empresas en latinoamericanas tienen un aspecto fundamental denominado heterogeneidad cuya gestación suele responder a que hay micro y pequeñas empresas que suelen responder a las necesidades individuales de autoempleo pero que a menudo suelen originar bastante informalidad (bajos niveles de capital humano, dificultad para acceder a recursos financieros externos, escasa internacionalización, realización de actividades con bajos requerimientos técnicos. (Correa, Leiva y Stumpo, 2016)

Henríquez y Deelen (2010) manifiestan que en Chile existen más de 1,5 millones de micro y pequeñas empresas, donde se encuentran 721 mil unidades productivas y más de 805 mil informales, existe una concentración de MYPES formales de (43%) en el rubro de comercio, Restaurantes y Hotelerías y el (23%) servicios. En consecuencia las MYPES presenta el 58% de sector privado y representa el 96% de las empresas del sector formal.

Ferreira (2011) “manifiesta que las MYPES en Uruguay son elemento fundamental para el desarrollo del país, debido a la gran solvencia de acuerdo a la generación y contribución de empleo para la sociedad”.

Domínguez (2016) señala que en Colombia existen 2,5 millones de micro y pequeñas empresas siendo Bogotá donde más habitan ya que aparecen alrededor de

740,049 de micro y pequeñas empresas que logran representar el 29,38% total de MYPES existentes en Colombia.

El 80% de las empresas en Colombia formales e informales son micro y pequeñas empresas, pero estas no logran tener mucho tiempo en el mercado debido a la gran informalidad con que trabajan estas micro y pequeñas empresas al máximo su periodo de tiempo es de tres años (Gaviria, 2016).

El Instituto Nacional Electoral (INE, 2004) afirma que Bolivia es un país que presenta altas tasas de desempleo, también existe un alto nivel de pobreza de la población, esto trae las consecuencias de que las personas no puedan tener capacidad de gasto, la mayor parte de la ocupación empresarial existe en las micro y pequeñas empresas y una menor parte en empresas grandes; sin embargo, estas últimas tienen una productividad mayor que las micro y pequeñas empresas. Las micro y pequeñas empresas en Bolivia proveen el 25,5% de Producto Bruto Interno y general el 83,1% de empleo en el país.

En Perú las micro y pequeñas empresas representan el 98,3% de empresas que existen en el país siendo 94,4% de micros también 3,9% de pequeñas. Además, aportan el 47% de Producto Bruto Interno en el desarrollo nacional del país; esto quiere decir que a pesar de que estas micro y pequeñas empresas son la mayoría informales también son las que llegan a generar mayor empleo para la sociedad y a nivel del país. Se da el caso de que el gobierno colabora mucho con estas MYPES debido a la gran informalidad que presentan. (Ordoñez y Vásquez, 2014).

Las micro y pequeñas empresas son unidades económicas que pueden desarrollar actividades de producción, comercialización de bienes, prestación de

servicios, transformación y extracción, existen casi 6 millones a nivel nacional (Perú) 93.9% de microempresa (1 a 10 trabajadores). Las micro y pequeñas empresas mayormente surgen por necesidades insatisfechas de sectores pobres, por desempleo, bajos recursos económicos, trabas burocráticas, dificultades para obtener créditos, entre otros. Las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental en el aporte produciendo u ofertando bienes y servicios, adquiriendo y vendiendo productos o añadiéndoles valor agregado constituye un elemento determinante en la actividad económica y generación de empleo, pero, carecen de capacitación, poca gestión de negocios, falta de capitales de trabajo por elevado financiamiento de crédito, poca asistencia técnica y mucha informalidad (Palacios, 2018)

Según el Instituto nacional de Estadística e informática (INEI, 2014) el 80% de la población del departamento de Ancash trabaja en micro y pequeñas empresas de ese total el 69,2% trabaja en la micro y pequeñas empresas, en la Provincia del Santa operan alrededor de 17,647 microempresas es decir que hay negocios que tienen de 1 a 5 trabajadores.

Las micro y pequeñas empresas en Chimbote quiebran o cambia de rubro antes de cumplir los tres años de haber sido abiertas en el mercado” El índice de empleo en Chimbote en las grandes empresas es de 50 trabajadores a mas, las micro y pequeñas empresas cierran o quiebran debido a la gran informalidad que existe dentro de ellas; esto se debe a que no cumplen con las obligaciones tributarias correspondientes, o con sus obligaciones con sus trabajadores. (Miranda, 2016).

En el Distrito de Nuevo Chimbote actualmente se encuentran micro y

pequeñas empresas denominadas pollerías, que fue donde se realizó el trabajo de investigación las cuales tienen problemas de atención al cliente y asimismo no aplican gestión de calidad en el proceso de su servicio para satisfacer las necesidades del cliente, por falta de capacidad académica, profesional. Es por ello que para el presente trabajo de investigación denominado Gestión de Calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las micro y pequeñas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018 se formuló el siguiente problema:

¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018?

Como resultado del problema se planteó el siguiente objetivo general:

- Determinar las características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

Asimismo, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Establecer las características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.
- Delimitar las características de las micro y pequeñas empresas del sector

servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

- Describir las características de una Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

La presente investigación se justifica porque: Permitirá conocer las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018 y verificar que tanto conocimiento tienen en relación a la atención al cliente, y si emplean gestión de calidad en el servicio que brindan para cumplir con los objetivos y ganar una cliente fidelizada con el producto y servicio que brindan.

De la misma manera se justifica porque nos permitirá conocer las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018 en base a si utilizan la técnica de atención al cliente para lograr satisfacer las necesidades de los clientes, y cumplir con los objetivos de la organización.

Finalmente se justifica, porque nos permitirá conocer las características de una Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018. Y servirá de base para otras futuras investigaciones que realicen otros autores para sus trabajos de investigación.

La metodología que se utilizó en la investigación es tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y diseño transversal no experimental descriptivo. Se empleó una

muestra dirigida a 30 micro y pequeñas empresas a una población de 70. Asimismo, el instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado con 23 preguntas orientadas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, con la técnica utilizada la encuesta, de lo cual se obtuvieron los siguientes resultados: el 40% de representantes tienen de 31 a 50 años de edad, el 63.33% pertenece al género femenino; el 43.33% cuenta con educación básica. El 63.33% de empresas tiene de 1 a 5 trabajadores; el 90.00% indico que la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos de la empresa; el 56.67% conoce el termino gestión de calidad el 93.33% conoce el termino atención al cliente. Concluyendo que la mayoría de representantes tienen de 31 a 50 años de edad y son del género femenino; las micro y pequeñas empresas tiene de 1 a 5 trabajadores; la mayoría indico que la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y que los representantes si conocen el termino atención al cliente en mayoría.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Villalba (2016) en su trabajo de investigación *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azúcar beach y sugerencias de mejora*. Tuvo como objetivo general: Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. Asimismo. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las posibles causas que afectan a las expectativas del cliente por parte del servicio que obtienen. Establecer un diagnóstico de la calidad de servicio y atención al cliente que ofrece cada uno de los restaurantes; Definir estrategias de mejora que permitan brindar un servicio de calidad al cliente. El trabajo de investigación tiene la metodología de investigación descriptiva, evalúa y mide diversas características de la situación que se va a investigar, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario que se encuentra estructurado con 15 preguntas, teniendo una población de 5 micro y pequeñas empresas, por lo cual se obtuvo los siguientes resultados: el 54% es de género masculino, el 64% tienen entre 18 a 25 años, el 38% dice que el personal es respetuoso y amable, el 37% dice que la atención del mesero es clara y paciente, el 33% dice que el tiempo de atención estuvo dentro de lo esperado, el 37% dice que ofrece variedad, el 40% menciona que los alimentos ofrecidos son de su agrado, el 38% está de acuerdo con la presentación de los platos, el 32% dice que las bebidas ofrecidas son de su agrado, el 45% dice que las bebidas cumplieron con sus expectativas, el 54% dice que el ambiente del lugar es limpio, el 39% menciona que está de acuerdo con la limpieza del baño, el 54%

dice que el servicio es satisfactorio, el 41% menciona que concurre con frecuencia, el 97% recomendando el lugar. Lo cual concluye que, mediante el proceso de esta investigación, se ha demostrado la importancia del servicio al cliente en todo tipo de organización, ya que esto conlleva grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva dentro del mercado. El sistema de evaluación escogido ha reflejado de manera exitosa la situación actual del establecimiento, con respecto a la satisfacción del cliente tanto interno como externo. Permitiendo así, establecer las posibles soluciones a los problemas encontrados. La mayor fortaleza de los tres establecimientos es el ambiente y la limpieza del lugar; la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. Mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio, las cuales deben ser mejoradas una vez puesta en marcha la propuesta, ya que estos son puntos fundamentales para una buena calidad en atención al cliente. En cuanto al ambiente laboral, se pudo constatar que los colaboradores tienen claras sus funciones y responsabilidades, sin embargo, se sienten desmotivados por la falta de entrenamiento y capacitaciones, lo cual es considerado como un impedimento para crecer profesionalmente dentro de la organización. Con los resultados obtenidos de las encuestas, se ha elaborado una serie de propuestas o estrategias para mejorar el servicio y la calidad de atención al cliente, así como estrategias para renovar el ambiente laboral, y de esta manera poder brindar un valor adicional al cliente.

Reyes (2014) en su trabajo de investigación *Calidad del Servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación SHARE sede Huehuetenango*. Tuvo como objetivo general: verificar si la calidad del servicio

aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango. Y planteo los objetivos específicos siguientes: Implementar una capacitación de calidad del servicio en asociación SHARE; identificar qué características tiene un servicio de calidad según el coordinador de la asociación SHARE; identificar la calidad percibida por los clientes internos y externos, antes y después de la implementación de la capacitación de calidad del servicio; medir el nivel de satisfacción de los clientes, antes y después de la implementación de la capacitación de calidad del servicio y verificar que métodos utilizan para medir la satisfacción del cliente. La metodología utilizada en este estudio fue la siguiente: la población y muestra que tuvo la investigación, instrumento que se utilizó para recopilar la información en este caso se utilizaron encuestas y entrevista, el procedimiento y diseño el cual fue una investigación experimental. De acuerdo a esta investigación se recopilaron los siguientes resultados: El 95% de las personas encuestadas calificaron la calidad del servicio como buena. De acuerdo al tiempo de espera el 63% de la población encuestada respondieron que sí están de acuerdo. El 62% de la población analizada expresó que para ellos es muy importante la rapidez en el servicio; en relación a la tasa de interés que maneja SHARE el 50% la tasa de interés es importante y. Respecto a la calidad del servicio el 51.96% es solamente importante. En relación al parqueo el 68% de las personas encuestadas respondieron que están muy satisfechos. El 78% de los clientes cuestionados indicaron que las instalaciones para ellos son satisfactorias. En cuanto a la limpieza el 71% de la población encuestada está satisfecho con la limpieza de SHARE, Sobre la información el 63% menciona que es muy satisfactoria. Respecto a la capacitación del personal el 59% de los encuestados respondió que están satisfechos ya que

cuando hay capacitación hay una mejora en la atención al cliente. En base a qué aspectos son relevantes para satisfacer sus necesidades se pudo observar que el 41.46% de personas encuestadas expresan que la calidad del servicio es un aspecto relevante en SHARE. Asimismo, los cuestionados respondieron a ¿qué es la calidad del servicio? se supo que el 72.73% expresó que es tener la capacidad de satisfacer al cliente brindando un servicio excepcional. De acuerdo a las actividades que hacen los trabajadores para satisfacer las necesidades de los clientes y de SHARE el 100% de la población encuestada, mantiene que siempre hace su trabajo bien y a tiempo, para satisfacer las necesidades de los clientes. En relación a que si responden de manera oportuna a los clientes internos y externos la población total respondieron que siempre atienden de manera oportuna a las necesidades de los clientes. De acuerdo a los valores de SHARE el 90.91% de las personas que conocen los valores de SHARE, mientras que En relación a si les informan de las metas de SHARE se comprobó que sí se les informa de las metas que tiene SHARE. Asimismo, se confirmó que el 100% de los encuestados mantienen su afirmación en que sí evalúan el desempeño de la calidad de servicio que ofrecen al público. En concordancia con de qué forma evalúan la calidad del servicio el 68.42% indica que los evalúan por medio de un sistema de evaluación. Finalizado el proyecto se obtuvieron las siguientes conclusiones: Es evidente que la satisfacción de la calidad del servicio es aceptable en los aspectos de: Instalaciones 79%, 33 limpieza general 75%, capacitación del personal 68%, e información adecuada 60%., mientras que hay insatisfacción en parqueo con el 77%. Como resultado de la capacitación de calidad del servicio aplicada, la satisfacción del cliente fue calificada como muy satisfactoria específicamente en información con el 63%, parqueo con 68%,

instalaciones con 78%, la limpieza general fue calificada como satisfactoria con 71%, y capacitación del personal con 59%, ciertos aspectos disminuyeron ya que no fueron los mismos sujetos encuestados después del experimento, para verificar con mayor certeza la aplicación del mismo. b) De acuerdo con los resultados se comprueba la hipótesis operativa, la cual afirma que: La calidad del servicio sí aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, lo cual ayuda al crecimiento integral de la misma, ya que genera que el colaborador esté atento y brinde un servicio excepcional para que el cliente quede satisfecho. c) Se estableció que el 73% indica que la asociación SHARE capacita a su personal a cada 6 meses en otros temas que no son relacionados a la calidad del servicio. Sin embargo, se observa claramente que después de la capacitación de calidad del servicio el 64% indica que han recibido este tipo de capacitación, la cual les ha orientado a brindar calidad del servicio adecuadamente, manteniendo su postura que reciben capacitaciones a cada 6 meses y relacionadas a otros temas. d) La asociación SHARE para garantizar un servicio de calidad hacia sus clientes visualiza como características una buena atención, amabilidad, calidez, lo cual le ha permitido mantener una satisfacción del cliente aceptable. 118 e) Los clientes externos perciben la calidad del servicio como aceptable en un 72%, sin embargo, cuando se aplicó la capacitación de calidad del servicio a los colaboradores, aumentó a un 95%, debido a que fueron tomadas y ejecutadas las sugerencias por el coordinador y sus colaboradores para garantizar la calidad del servicio.

Antecedentes nacionales

Valdivieso (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito*

de Yarinacocha, año 2017. Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha año 2017. De la misma forma planteo los objetivos específicos: Determinar las características de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha; Determinar si las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha se encuentran formalizadas. ; Determinar si las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, capacitan a su personal para que brinden mejor calidad de servicio. La metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal, correlacional, donde con la aplicación de una encuesta de 18 preguntas. Finalizando la investigación se obtuvieron los siguientes resultados: Según la investigación, los propietarios de las mypes, en su mayoría se encuentran en el rango de 40 a 49 años de edad (64,0%). Según los resultados obtenidos de las mypes, el 64,0% son de sexo femenino; y 36,0% sexo masculino. De acuerdo al grado de instrucción los propietarios de las mypes, el 44,0% son “Empíricos”. De acuerdo a las encuestas a las mypes del sector de servicios, clúster Restaurant Turístico, son formalizados el 80,0%. De acuerdo a la pregunta cuantos años tiene su empresa en el mercado las mypes del rubro tienen presencia en el mercado de 4 a 8 años, (40,0%). De acuerdo a la pregunta con cuántos trabajadores cuenta su empresa las mypes tienen de 5 de 8 trabajadores (72,0%). De acuerdo a las mypes encuestadas, el 60,0% tiene a sus trabajadores registrados en planilla. Con respecto a la pregunta ¿si la administración aplica gestión de calidad? El 76,0% de las mypes indica que no aplica técnicas de gestión de calidad en su

administración. Según la investigación, el 68,0% de los encuestados indican que no definieron la misión y visión de su empresa. De acuerdo a la investigación, 84,0% de las mypes encuestadas, no ha estandarizado los procesos clave del negocio porque no tiene interés o no considera importante. ¿En relación a la pregunta si la empresa tiene un plan de negocios? Mediante la investigación a los propietarios, el 60,0% no tiene definido un plan de negocios. De acuerdo a la pregunta si aplica técnica para la solución de problemas según la investigación a las mypes, en su mayoría (84,0%) no aplican técnicas para la solución de problemas. En la entrevista a los propietarios, el 52,0% indicó que cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado. También se le pregunto si capacitan a su personal para asegurar la eficacia del servicio, según la investigación a las mypes en estudio, el 52,0% capacitó a su personal. En relación a la pregunta si se tiene un protocolo de atención al cliente de acuerdo a las mypes encuestadas, sector servicios 88,0% no practican un protocolo de atención al cliente. De acuerdo a la pregunta si recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente se detecta que no existe una cultura de servicio, esto se evidencia en el hecho de no brindar la importancia a las sugerencias del cliente ni atender sus reclamos (84,0%). Finalizando con la investigación se obtuvieron las siguientes conclusiones: Son negocios dirigidos por microempresarios en el rango de edad de 40 a 49 años (64,0%), en su mayoría del sexo femenino y grado de instrucción empírico (44,0%). Están formalizados. Sin embargo, en el aspecto laboral, existe un 40% de mypes que nos cumple con mantener en planilla a sus trabajadores. Los microempresarios tienen poco interés en practicar una gestión de calidad, por tal motivo la gestión carece de aspectos técnicos. Existe una planificación del negocio de corto plazo, carecen de plan de negocio. No se

aprovecha la ventaja de conformar un clúster en la zona turística de Yarinacocha con los negocios del mismo rubro. No existe preparación del personal para mejorar la experiencia de servicio al cliente, el servicio es variable. No se evalúa su desempeño del personal. Se aprecia un interés pleno en rentabilidad sin enfoque en el cliente. No se evalúa su nivel de satisfacción.

Pérez (2017) en su trabajo de investigación *Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro cafeterías del Distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016*; tuvo como objetivo general: Analizar las principales características de la gestión de calidad en el servicio al cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro cafeterías del distrito de villa rica, Oxapampa, Pasco, año 2016. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los propietarios, representantes legales o agentes administrativos de las micro y pequeñas empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016; Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016; Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en el Servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016. La metodología que se empleó en la presente investigación es: Diseño no experimental, transversal y descriptivo. Para el presente estudio de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco en el año 2016 se identificó la población constituida por 10 micro empresas de este rubro, el cual tuvo los siguientes resultados: En el presente estudio el 60.0 % de las personas encuestadas dentro de las Micro y Pequeñas Empresas son propietarias de sus

empresas. Se obtuvo que en tiempo que ocupa en el cargo el 40% esta compartido entre las edades de 1 a 3 años y de 3 a 5 años. El 60 % de la edad de los representantes se encuentra comprendida entre los 18 a 30 años. Se obtiene que el 50.0 % de las personas encuestadas son de género Masculino, mientras que el otro 50.0 % son de género Femenino. De acuerdo al grado de instrucción el 60% tiene nivel superior no universitario. En el presente estudio el 70.0 % de las Mypes encuestadas tienen entre 3 años a 5 años de permanencia en el mercado. Del 100% de los encuestados el 70% comprende de 1 a 3 trabajadores. De acuerdo a la estabilidad laboral de los trabajadores el 80% son eventuales. El 50% de las personas que laboran en las micro y pequeñas empresas son ambos: familiares y terceros. El 90% califica a la empresa como empresa en crecimiento. Asimismo, de acuerdo a que si conoce el término gestión de calidad el 80% menciona que si conoce el término. Del 100% de los encuestados el 90% respondió que la gestión de calidad si genera una mejora continua. El 80% indico que para tener una buena gestión de calidad se basa en todos los procesos que realiza. De acuerdo a las actividades que realiza el 50% respondió que son planificadas. Del 100% de los encuestados el 70% respondió que si aplica una gestión de calidad en el servicio al cliente. Asimismo, el 90% respondió que si capacita al personal para un buen servicio al cliente. En relación a la pregunta de qué manera motiva a sus trabajadores para que ofrezcan una buena calidad de servicio al cliente el 50% afirmo que con constantes capacitaciones. El 100% de los encuestados respondió que sí existe un buen clima organizacional. El 60% de los encuestados consideran que para brindar una buena calidad en el servicio al cliente es importante el producto final, la amabilidad en el servicio, infraestructura de la empresa, limpieza e higiene

y precio. De acuerdo a que si un plan estratégico mejora la gestión de calidad en la empresa estuvo compartida el 50% menciona que sí y el otro 50% menciona lo mismo. Se obtuvieron las siguientes conclusiones: Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas en las Micro y pequeñas empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica son propietarios de estas empresas, la mayoría de ellos son personas jóvenes ya que sus edades fluctúan entre 18 a 30 años de edad, la mitad de los encuestados son de género masculino, la otra de género femenino y la mayoría de estas cuentan con un grado de instrucción de nivel No Universitario. Se concluye que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica tienen entre 4 a 5 años de permanencia en el mercado, es decir estas empresas han posicionado la calidad de sus productos, teniendo como efecto la fidelización de clientes, por lo tanto, van forjando empresas con alta calidad de atención al cliente y esto se ve reflejado en las ventas e ingresos económicos. La mayoría de estas mypes cuentan con 1 a 3 colaboradores que generalmente son eventuales, esto hace referencia que estas empresas brindan trabajo a personas ya sea familiares y terceros, haciendo que su empresa se encuentre en la clasificación de empresa en crecimiento. Se concluye que la gran mayoría de los representantes, propietarios y agentes administrativos de las micro y pequeñas empresas tienen conocimiento acerca del término Gestión de Calidad, de igual manera la gran mayoría de los encuestados consideran que una buena gestión de calidad genera una mejora continua en la empresa. Así mismo indican que desarrollan sus actividades de manera planificada aplicando la gestión de calidad en atención al cliente.

Ponce (2018) en su trabajo de investigación *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las mype del sector servicio rubro restaurantes*

campestres del distrito de pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017.

Tuvo como objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017. Y planteo los objetivos específicos: Describir las principales características de la gestión de calidad de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, Provincia y región de Tacna periodo 2017. Describir las principales características de la atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del Distrito de Pocollay, Provincia y región de Tacna periodo 2017. La metodología utilizada en la investigación fue utilizando un diseño no experimental - transversal y descriptivo, para el recojo de información se contó con una muestra y población de 16 MYPE, a quienes se les aplico un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: De acuerdo a los resultados obtenidos luego de aplicar la encuesta, respecto a la edad de los representantes de la MYPE se puede observar que el 68.75% se encuentran en el rango de 31 a 50 años. Respecto al género de los representantes de la MYPE se puede observar que el 62.5 % son del sexo femenino. Respecto al grado de instrucción de los representantes de la MYPE se puede observar que el 43.95 % cuentan con el grado de instrucción secundaria. Respecto al cargo del encuestado de la MYPE se puede observar que el 62.50 % son dueños. Respecto al número de trabajadores con la que cuenta la MYPE se puede observar que el 50.00 % cuentan entre 1 a 5 trabajadores. En cuanto a la permanencia de la empresa en el rubro se observa que el 87.50% cuenta con 7 años a más de permanencia. ¿En relación a la pregunta si aplica una gestión de calidad en la Mype? se observa que el 81.25% si aplica una gestión de

calidad en la Mype. De acuerdo a los resultados obtenidos luego de aplicar la encuesta respecto a las técnicas modernas de gestión empresarial que utiliza la empresa se obtiene que el 56.25% de los encuestados aplica la mejora continua. Se obtiene que el 56.25% considera como prioridad la calidad del producto. De acuerdo a los resultados obtenidos luego de aplicar la encuesta respecto a la prioridad ante los clientes para gestionar una gestión de calidad se obtiene que el 43.75% considera la amabilidad y buen trato como prioridad. De acuerdo a los aspectos para contratar al personal toma en cuenta la competitividad para contratar personal. De acuerdo a las capacitaciones sobre atención al cliente aplicar la encuesta se obtiene que el 93.75% de las MYPES no realiza capacitaciones a su personal. De acuerdo a las formas que contribuye una atención de calidad en su empresa el 68.75% considera que con una atención de calidad se contribuirá en el aumento de ventas. Se obtiene que el 56.25% califica que cuentan con un buen clima laboral en la MYPE. Se obtuvieron las siguientes conclusiones En cuando a la Gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, se llega a la conclusión que los empresarios aplican la gestión de calidad en las empresas y consideran la atención al cliente como prioridad para alcanzar los objetivos de la empresa. En cuanto a las características de la gestión de calidad de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, se llega a la conclusión que las MYPE en su mayoría el 81.25% aplican una gestión de calidad en sus empresas, el 56.25% utiliza como técnica moderna de gestión empresarial la mejora continua, el 56.25% considera la calidad del producto como prioridad para determinar la calidad en sus empresas. En cuanto a las características de la atención al cliente, de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna se

llega a la conclusión que la mayoría de las MYPE el 43.75% aplican la amabilidad y buen trato como prioridad en la atención de calidad, el 75% toma en cuenta la competitividad de la persona al momento de contratar personal, el 93.75% no capacita a sus trabajadores en atención al cliente, el 68.75% considera que una atención de calidad contribuye en el aumento de las ventas en las MYPE.

Antecedentes Locales

Rodríguez (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, Casco Urbano del Distrito de Chimbote, 2016*. Se obtuvo el siguiente objetivo general: Determinar la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del Casco Urbano del Distrito de Chimbote, 2016. Conllevando a plantearse los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del Casco Urbano del Distrito de Chimbote, 2016; Describir la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del Casco Urbano del Distrito de Chimbote, 2016; Establecer la influencia de la gestión de la calidad bajo el enfoque de atención al cliente y nivel de fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del Casco Urbano del Distrito de Chimbote, 2016. La metodología que se empleó en el presente trabajo de investigación fue la siguiente: El tipo de investigación fue descriptivo ya su vez correccional, el diseño de la investigación fue no experimental – transversal. Una vez realizada la investigación, se realizaron las encuestas a los clientes para determinar los resultados de acuerdo a los objetivos planteados y estos fueron los siguientes: Del 100% de los encuestados el 34,2% tiene de 36 a 45 años. Respecto al género

de los clientes el 56.0% son de género masculino y el 44.0%. Asimismo, el 52,3% tienen grado de instrucción educación básica. El 100% de los encuestados consume alimentos en un restaurante de productos hidrobiológicos (cevichería). Del 100% de los encuestados: El 64,7% asiste a una cevichería de 4 a 6 veces al mes. De la misma forma del 100% de los encuestados: El 60,2% acude a la cevichería el ajicito. Del 100% de los encuestados el 38% conoció a la cevichería por televisión. Del 100% de los encuestados el 55,6% de los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna. Del 100% de los encuestados el 64,7% considera que elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad. También se determinó El 49,2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. Del 100% de los encuestados se determinó que el 61.3 % de los trabajadores son pacientes tomando el pedido. Del 100 % de los encuestados el 56,8% considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes. Del 100 % de los encuestados el 56,0 % considera que casi siempre la cevichería resguarda la seguridad de los clientes. Del 100% los encuestados el 56,8 % siempre solucionan el problema inmediatamente. Del 100 % de los encuestados el 84,2 % referente al comportamiento de los empleados es casi siempre excelente 46.2 % menciona que los trabajadores son capaces y corteses. Del 100% de los encuestados el 48.1 % casi siempre participa en concursos que organice la cevichería El 75,2 % menciona que el pedido siempre llega con rapidez a la mesa. Del 100% de los encuestados: El 64,7% menciona siempre el servicio y atención recibida es bueno. Asimismo, el 54.1% de las empresas sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos manifiestan que en el Nivel de Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente esta mayormente en un nivel considerado como Regular. Del 100% de los encuestados el 60,2% menciona que siempre el local tiene un ambiente cómodo y agradable. Del 100% de los encuestados: El 76,3% casi siempre recomendaría la cevichería a otras personas. Del 100% de los encuestados: El 62,4% está totalmente de acuerdo que la empresa debe brindar ofertas que llaman la atención. Del 100% de los encuestados el 73,7% está totalmente de acuerdo que

la cevichería brinde servicios de delivery. Asimismo, del 100% de los encuestados el 75,2% está totalmente de acuerdo con la relación calidad/precio de los productos. Del 100% de los encuestados El 60,2% nunca cambiaría la cevichería donde acostumbra comprar por otra que ofrezca precios bajos. El 67,7% menciona que la cevichería nunca baja su precio para retener a sus clientes. Del 100% de los encuestados: El 81,2% está satisfecho con el servicio recibido. Finalmente, El 46 % de las empresas sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos manifiestan que en la Variable Fidelización esta mayormente en un nivel considerado como Promedio. Es por ello que de acuerdo a los objetivos se llegó a las siguientes conclusiones: De acuerdo al objetivo 01 es que la mayoría son del género masculino y tienen grado de instrucción educación básica y la mayoría relativa tiene de 36 a 45 años. Asimismo para el objetivo 02 la mayoría de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016, consideran que los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna, capacitan a los trabajadores para atender a los clientes y mencionan que la elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad, considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes, menciona que siempre el servicio y atención recibida es bueno y la minoría considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. Finalizando con el objetivo 03 a Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente influye en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016. Esto quiere decir que gracias a la capacitación a los trabajadores para brindar una buena atención sumado a la rapidez de la entrega de los productos hace que los clientes sean frecuentes y por lo tanto se fidelicen con las empresas.

Chávez (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes*

turísticos en el distrito de Chimbote, 2018. Tuvo el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. Para poder conseguir el objetivo general, planteo los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016, asimismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016, y determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. La metodología que se utilizó en la investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se escogió en forma dirigida, una población muestral de 6 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas. Finaliza la investigación se obtuvieron los siguientes resultados: El 50,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad. El 66,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen instrucción superior universitaria. El 83,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el cargo de administrador. El 33,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el cargo. El 66,6% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro. El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 6 a 10 colaboradores. El 66,7% de

las micro y pequeñas empresas cuentan con personas familiares trabajando. El 100% de las micro y pequeñas empresas se formación para generar ganancias. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no conocen del término gestión de calidad. El 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican en su gestión la técnica el Benchmarking. El 33,4% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que las dificultades del personal en la aplicación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. El 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas miden el rendimiento del personal a través de la observación. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas conocen el término atención al cliente. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. El 66,7% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que atención que brindan es buena. El 100,0% de los representantes de las Micro y pequeñas brindan una buena atención al cliente. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que son eficientes y dan soluciones a los reclamos de sus clientes. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa. Finalmente se obtuvieron las siguientes conclusiones: La mitad (50,0%) de los representantes tienen entre 31 a 50 años edad, de género masculino, cuentan con estudios superiores universitarios, siendo su profesión Lic. en administración, son los administradores y llevan en el cargo más de 7 años. La mayoría (66,6%) de las micro y pequeñas empresas tienen más

de 7 años en el rubro, cuentan con 6 a 10 trabajadores, siendo sus familiares quien trabajan para ellos, así mismo se crearon con la finalidad de generar ganancias. La totalidad de los representantes, no conocen el término gestión de calidad, aplican el Benchmarking en su gestión, aseguran que las dificultades en la gestión es que el personal no se adapta a los cambios, miden el rendimiento del personal a través de la observación, aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. Por otra parte, los representantes conocen el termino atención al cliente, consideran que la atención que brindan es buena, así también son eficientes y dan soluciones a los reclamos de sus clientes, por ultimo consideran que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa.

Vasallo (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de Calidad en Atención al Cliente, en Las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Agencias Movistar Móvil, Casco Urbano del Distrito de Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de la calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Se plantearon los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016 y determinar las principales características de la gestión de la calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote,

2016. La mitología de la presente investigación fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptiva y de diseño no experimental –transversal. El presente estudio de investigación se justifica porque permitirá conocer las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio. Obteniendo conocimiento sobre cuáles son las estrategias de brindar una buena atención al cliente. Permitirá conocer si las micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio implementan herramientas de gestión de calidad, como es la atención al cliente para el proceso de sus actividades empresariales, y así lograr la respectiva competitividad en los mercados. Para llevar a cabo la investigación se escogió una muestra de 13 micro y pequeñas empresas de una población de 15, a quienes se aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Los resultados que se obtuvieron de la investigación fueron los siguientes: El 69,2 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años. El 61.5 comprende el género masculino El 54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción superior no universitaria. El 77% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños. En cuanto al tiempo que desempeña en el cargo el 69,2 % ocupa el cargo de 7 a más años. En cuanto al tiempo de permanencia en el rubro de las micro y pequeñas empresas el 1 85 % de las micro y pequeñas empresas tiene de 7 años a más de permanencia en el rubro. De acuerdo al número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas el 69,2 comprende de 1 a 5 trabajadores. El 62 % de las micro y pequeñas empresas las personas que trabajan son familiares y el 38% son personas no familiares. El 100 % tiene como objeto de generar ganancia. De acuerdo a las características de la gestión de calidad y atención

al cliente el 92 % de las personas encuestados respondieron que sí conoce el término de gestión de calidad. El 100 % de los encuestados respondieron que una de las técnicas que conocen es de atención al cliente. El 61,5 % menciona que las dificultades que tiene para la implementación de gestión de calidad es aprendizaje lento. Asimismo, el 69,2% con la técnica de observación para medir el rendimiento del personal. En cuanto a la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio el 93,3% respondió que sí. En relación a que si la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización el 84,6 % respondió que sí. En cuanto a si conoce el termino atención al cliente el 100 % menciona que sí. Del 100 % de los encuestados el 100 % menciona que si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. Asimismo, el 100% de los encuestados dijeron que sí es fundamental la atención al cliente para que regrese al establecimiento. Respecto a la atención que brinda a los clientes: El 54% de los encuestados la atención que brindan es buena. El 62% de los encuestados opinan que la mala atención que se está dando a los clientes es por una mala organización de los trabajadores. El 100 % de los encuestados dijeron sí es eficiente su empresa cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes. Respecto a la atención que se brinda permite el posicionamiento de la empresa: El 100 % de los encuestados cree que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado. Se obtuvieron las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, están siendo dirigidas por personas de 31 a 50 años, son del género masculino, con grado de instrucción superior universitaria y son dueños y desempeñan en el cargo de 7 años mas. Se concluye que: la

mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, el tiempo de permanencia en el rubro tienen de 7 años a más, tienen de 1 a 5 trabajadores, y las personas que trabajan son familiares y su objetivo de creación es generar ganancia. Se concluye que: la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, Si conocen el término gestión de calidad, además respondieron que conocen la herramienta atención al cliente de gestión de calidad, tiene un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad, aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal, y Si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio y también ayuda a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa . Se concluye que: la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, conoce el término de atención a la cliente, sí aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, y respondieron que sí es fundamental la atención al cliente para que regrese al establecimiento, brindan una buena atención en su negocio, y la mala atención por la que se está dando es por una mala organización de los trabajadores, son eficientes Respecto a la gestión de calidad, ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización: El 85 % de los encuestados respondieron que Sí ayuda la gestión de calidad a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa.

2.2. BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN.

Las micro y pequeñas empresas

Centty (2011) afirma que las Micro y pequeñas empresas son unidades económicas de producción de bienes y servicios de pequeña envergadura en cuanto a su infraestructura física y su inversión económica y financiera, de corte familiar, las cuales brindan trabajo temporal en algunos casos y en otros subempleos debido a un alto grado de competencia en el sector donde desarrollan sus actividades comerciales, lo cual impide crecer en el largo plazo, a pesar de que sus trabajadores en sus últimos años cuentan en su mayoría con estudios universitarios o técnicos. (p. 45).

Concluyo que las MYPES son unidades económicas en las cuales se producen bienes y servicios, de acuerdo al rubro en el que se dedican dichas organizaciones, en donde invierten dicho capital para poder desarrollar sus actividades y lograr alcanzar los objetivos o metas que se tracen. El objetivo de estas empresas es el satisfacer las necesidades de la sociedad, del país y de la empresa, asimismo estas unidades económicas son generadoras y fomentadoras de empleo a pesar de su gran informalidad con la que ellas radican es donde más trabajadores tienen.

Según Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT, 2017) “la micro y pequeña empresa MYPE es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa) bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación y comercialización de bienes y servicios”.

Mungaray, Ramirez y Urquidy (2010) afirman que las medianas y pequeñas empresas tienen la capacidad de influir en el mercado y responder a la alta demanda de manera más eficiente, asimismo logran tomar una alta importancia en este sentido

debido a que estas son las más generadoras de empleos en el país. También manifiestan que debe haber un apoyo más amplio para estas unidades económicas, ya que permite el crecimiento, fomenta la competitividad y el aprendizaje empresarial en todo el país, para generar desarrollo y crecimiento del mismo.

De lo anterior mencionado Mungaray et al. agregan que “un alto porcentaje de las micro y pequeñas empresas son familiares y de subsistencia, que operan con tecnologías tradicionales, generan un bajo nivel de acuerdo al valor agregado y sus actividades de producción son orientadas al mercado nacional” (p.25).

Narváez (2015) menciona que las micro y pequeñas empresas son organizaciones dedicadas a las actividades industriales y de servicios, que deben contar con capital de trabajo y medios productivos para lograr generar un bien o un servicio que es destinado a satisfacer las necesidades de los consumidores en un mercado bastante amplio

La importancia de del sector de microempresa y su desarrollo debe tener en cuenta tres aspectos esenciales, estos son: en primer lugar el papel que juega en la reducción de pobreza y la creación de oportunidades económicas o en el fortalecimiento de las mismas, en segundo lugar el crecimiento económico, el incremento de la productividad en los sectores de empresas pequeñas y su contribución al crecimiento global y finalizando en tercer lugar su contribución al proceso de democratización que se está llevando a cabo en diferentes países del mundo y en particular en América Latina. (Narváez, 2015)

Importancia de Las Micro y Pequeñas Empresas

Mungaray et al. (2010) mencionan que las MYPES son de suma importancia porque el país se desarrolla económicamente y socialmente, asimismo logra mantener una alta participación en el número de empresas existentes en un país, ya que estas micro y pequeñas empresas son las que más salen al mercado día a día contribuyendo así a la generación de empleo, logrando que se reduzcan las tasas de desempleo y la pobreza de un país.

Según Sánchez (s.f) las micro y pequeñas empresas son es de vital importancia en la economía de un país porque aportan al desarrollo sostenible del país, también alega que las MYPES en Perú contribuye al 80% de empleo, esto es importante porque mantiene a las personas ocupadas y se reduce el nivel de pobreza. Las MYPES en Perú asimismo aportan el 40% del Producto Bruto interno (PBI) en la economía.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas

SUNAT (2017) refiere que las MYPES deben contar obligatoriamente con ciertas características para desarrollar sus actividades, estas son:

- Número de trabajadores: De 1 a 10 trabajadores.
- Ventas anuales: Llegan hasta el máximo monto de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

Permanencia de MYPES en América Latina

Vivanco (2010) afirma “las MYPES en Latinoamérica se mantienen en permanencia porque se basan principalmente en los productos, la adaptación a producir nuevos cambios, y se asocian para competir con otras micro y pequeñas empresas”.

Carazo (como se citó en Vivanco, 2010) refiere que “las MYPES en Perú el tejido empresarial se encuentra compuesto por el 98% y que el 74% del trabajo que se da es a través de estas micro y pequeñas empresas”.

La gestión financiera en las Micro y Pequeñas Empresas

La gestión financiera de la empresa se encarga de captar todos los recursos disponibles de la organización para poder hacer nuevas inversiones necesarias a largo y a corto plazo. La gestión financiera a largo plazo se encarga de verificar la realización de la planificación futura de la empresa con el fin de efectuar las inversiones en activo fijo. Asimismo, la gestión financiera a corto plazo se encarga de la problemática de la financiación del activo circulante, es decir busca fondos para contrarrestar las inversiones a corto plazo como: existencias, deudores y tesorería con el único objetivo de que no se produzcan rupturas con el dinero que sale de tesorería para las compras de materia prima para la fabricación de algún producto. (La Diputación provincia de Sevilla y la Federación Andaluza de Municipios [FAMP], 2009).

Gestión de calidad

Exige que los productos y servicios de las empresas no se conciben sobre la base de las funciones habituales y tradicionales que ya existen dentro de la organización sino a través de una red de procesos que se desarrollan en la misma, y que tiene el fin de adaptarse con la producción y la comunicación empresarial y comercial. El objetivo de todo proceso de calidad es que todas las organizaciones puedan y tengan la intención de adaptarse a los nuevos mercados, que tengan la capacidad de innovar algún producto que el mercado demanda, asimismo brindar un buen servicio de calidad que logre satisfacer las necesidades y expectativas de los

clientes (Mateos, 2013).

Siguiendo con lo antes mencionado Mateos (2013) argumenta y explica que la gestión de calidad es hoy en día una alternativa para la empresa indispensable para el crecimiento y supervivencia de la propia organización en cualquiera de los entornos en los que actúe, también a través de la gestión de calidad se busca mejorar los recursos disponibles que tiene una empresa,

Fontalvo (2006) alega que la gestión de calidad hace énfasis en la mejora de los procesos de una organización complementando con la satisfacción de los clientes, para lograr ventajas competitivas en un mercado tan competitivo como en el que estamos viviendo ahora. Esta gestión de calidad aborda a todos los procesos que se dan en la empresa con el fin de brindar productos y servicios de calidad.

La gestión de calidad es el conjunto de actividades que se despliegan de la dirección para implantar la calidad en los productos o servicios que la organización desee brindar, dentro del cual los objetivos y responsabilidades que se establecen a través de la planificación de la calidad, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad para lograr desarrollar un sistema de gestión idóneo (Uribe, 2011).

Calidad

Gonzales y Arciniegas (2016) indican que “la calidad es el autocontrol de los productos y servicios que consiste en el sistema de calidad cuyo participante principal son los procesos y los trabajadores que operan en ellos para producir calidad siempre auto controlándose”

Fontalvo (2006) manifiesta que “la calidad son el conjunto d características que tiene un servicio que satisface las necesidades y expectativas de los clientes” (p.28).

Deming (como se citó en Fontalvo, 2006) “propone la calidad en términos de la capacidad que se tiene para garantizar la satisfacción del cliente” (p.28).

Tipos de calidad

Fontalvo (2006) manifiesta que existen 5 tipos de calidad la cual se mencionaran a continuación:

- Calidad teórica: Calidad proyectada para un producto o un servicio.
- Calidad técnica: Se asocia con el diseño de especificaciones y requerimientos con el diseño de calidad teórica.
- Calidad de fabricación: Es la capacidad que tiene la empresa para poder desarrollar procesos de trasformación que garantice la satisfacción de lo que se requiere en la calidad técnica.
- Calidad de entrega: Se refiere a la condición en que se encuentra u producto o servicio y que se pone a disposición del cliente.
- Calidad de usuario: Es cuando el cliente siente que sus expectativas han sido llenadas.

Control de calidad

Gonzales y Arciniegas (2016) refieren que “es la medición de un bien o servicio, con el fin de realizar comparaciones con las normas establecidas y específicas, para identificar diferencias y mantener regulado el proceso”

Sistema de gestión de calidad

Gonzales y Arciniegas (2016) mencionan que un sistema de gestión de calidad puede ser considerado con la estrategia que utilizan las empresas para que de alguna forma desarrollen su gestión empresarial en base a la calidad de los productos o servicios. Asimismo, este sistema cuenta con su estructura organizacional, la documentación del sistema, los procesos y los recursos necesarios para lograr alcanzar los objetivos de calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes.

Mateos (2012) indica que la implantación de un sistema de gestión de calidad debe realizarse mediante la normalización, la certificación y la acreditación de la empresa que desee hacerlo. La organización se encarga de controlar estos procesos y que se desarrollen mediante parámetros y sistemas que se emplean para obtener de la manera más eficaz que las acreditaciones tengan validez en todas las partes del mundo.

Gonzales y Arciniegas (2016) en su información explicativa deducen que las normas ISO 9000 indican los requisitos y lo que debe realizarse en el sistema de gestión de calidad.

Formación en metodología para diseñar un sistema de gestión de calidad con base en la norma ISO 9001 para empresas de servicios.

Según Fontalvo y Vergara (2010) es necesario que las empresas conozcan una serie de metodologías que se requieren para que se elaboren ciertos documentos para la implantación correcta de un sistema de gestión de calidad, estos son:

- La elaboración del manual de calidad
- La elaboración de la política y los objetivos de calidad. La elaboración de los procesos del sistema de gestión de calidad para empresas de servicios.

- La elaboración de la red de procesos o mapa de procesos.
- La elaboración de los procesos requeridos por la norma.
- La elaboración de los procedimientos requeridos adicionales por la empresa prestadora de servicios.
- La elaboración de instructivos de trabajo.

Cuando la empresa implanta un sistema de gestión de calidad en la parte interna de la organización ayuda a que los clientes sientan mayor satisfacción en cuanto a sus expectativas y necesidades, asimismo ayuda a que los clientes sientan una mayor confianza, generando beneficios para ambas partes tanto como a clientes como a los trabajadores de la organización en general (Uribe, 2011).

En su libro Gonzales y Arciniegas (2016) mencionan que el modelo de gestión de calidad es la norma específica, los requisitos y los pasos que la organización debe seguir para producir un producto y un servicio de calidad que logre satisfacer las necesidades de los consumidores.

Atención al Cliente

Díaz (2010) indica que los clientes son personas que compran un producto de forma esporádica o frecuente para satisfacer una necesidad, y que sin duda alguna son el elemento que la empresa necesita para el logro de sus objetivos, asimismo un conocimiento amplio de esta figura permite que la empresa pueda ser más o menos competitiva en el mercado.

Prieto (2014) indica que “el cliente desea que le den un servicio que vaya acompañado de un valor agregado, y el camino para lograrlo es mantener buenas relaciones con los proveedores, basado en políticas sanas y estables” (p.21).

De lo anterior expuesto Prieto (2014) complementa que es importante brindar un buen servicio de calidad a los clientes ya que permite la plena satisfacción a los mismos, mientras que los consumidores darán fidelidad y rentabilidad; de tal manera su la empresa cumplirá sus objetivos y mantendrá su supervivencia en el mercado.

Importancia de la Atención al Cliente

El cliente es importante porque es el punto de apoyo y el mayor activo en el que descansa toda la estructura de la empresa. Los clientes tienen motivos racionales entendidos como aquellas razones lógicas que determinan la acción de compra y que están relacionadas con el producto y servicio que reciben y pueden ser: precio, calidad, durabilidad, servicio, valorización, garantía, etc. (Díaz, 2010)

Se deduce que la importancia del cliente es fundamental ya que mediante ellos es que las organizaciones se hacen conocidas y competitivas en el mercado, debido a que las organizaciones hoy en día emprendedoras tienen la capacidad e iniciativa de querer innovar algún producto que sea de calidad y así lanzarlo al mercado para que los consumidores puedan adquirirlo y esto genere beneficios para la empresa, porque mediante los clientes las organizaciones se vuelven rentables y pueden llegar a tener éxito en el presente y en un futuro también, Así que las organizaciones deben enfocarse primordialmente en capacitar a su personal para que den la atención idónea a los clientes que la esperan.

Díaz (2010) resalta que “los clientes se clasifican en dos grandes grupos: Por la relación y por su comportamiento

Por la relación:

- Clientes destinatarios: Son aquellos que no han realizado ninguna compra, pero igual el producto está dirigido para ellos.

- Clientes potenciales: Son aquellos que aún no se les vende ningún tipo de producto, pero que de alguna forma se mantiene la fe que esos clientes en algún momento llegaran adquirir el producto, serán compradores futuros.
- Clientes ocasionales: Son aquellos clientes que ya han tenido contacto con un producto o servicio pero que no compran seguidamente, estos van de vez en cuando, pero alguna vez ya han obtenido el servicio.
- Clientes habituales: Son los clientes que adquieren los productos o servicios de una manera muy habitual, cuando menos se les espera ellos llegan.

Por su comportamiento:

- Cliente enterado: Este cliente se cree el sabelotodo, conoce a la perfección el producto y no le interesa lo que digan las demás personas.
- Cliente hablador: Habla solamente de sus cosas, de lo que él cree que es lo correcto, y no le presta atención al otro punto de vista.
- Cliente prepotente: Este tipo de cliente siempre cree que tiene la razón, jamás está en un error y siempre contradice lo que está hablando la otra parte, es decir la persona que le está atendiendo.
- Cliente inquieto: Es aquel cliente que no se mantiene atento cuando se le están dando las explicaciones correspondientes, esta físicamente pero mentalmente está en otro lado.
- Cliente tímido: Son poco relacionales, no entienden muy bien lo que se le explica.
- Cliente desinformado: No tiene un conocimiento acerca del producto o servicio que se le brinda, está a falta de información.
- Cliente agresivo: Es irrespetuoso y cree que alzando la voz solucionara algún

tipo de conflicto, no entra en razón.

Satisfacción del cliente

Mateos (2012) afirma que satisfacer más necesidades del cliente es ganarse un lugar en la mente del mismo, y puede así mismo conllevar a que ese cliente se fidelice con el producto o servicio que se brinda. Por eso el departamento de ventas, producción y finanzas, así como toda la organización deben tener el objetivo principal de cumplir con las expectativas que los consumidores requieren.

Asimismo, según Mateos (2012) existen elementos que generan satisfacción al cliente, estos son los siguientes:

- La cortesía y la amabilidad que los empleados tienen hacia los clientes.
- Tiempos de espera corto de recepción de los servicios.
- Dedicación del tiempo que cada cliente considera que esta bien para él.
- Manera eficaz de la organización para resolver conflictos.
- Rapidez en la entrega del producto o servicio que se brinda.
- Trato agradables y amabilidad percibidos.

La empresa que quiere brindar un buen servicio para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, debe apoyarse en un sistema de gestión de calidad ya que a través de este se garantiza el mejoramiento de los procesos que realizan las organizaciones en el producto de acuerdo a las actividades que desarrollen dentro de la empresa; es decir enfocarse en brindar el producto o servicio de una alta calidad para contribuir al desarrollo de la necesidad del cliente (Fontalvo, 2010).

Elementos que conforman la satisfacción del cliente

García (2011) indica que los elementos esenciales para satisfacer a los clientes

son:

- Rendimiento percibido: A través del producto adquirido, el cliente manifiesta la satisfacción de acuerdo si sus expectativas han sido llenadas.
- Expectativas: Se refiere a lo que el cliente espera recibir acerca del servicio o producto que cualquiera empresa tenga la intención de brindarle.
- Niveles de satisfacción: Cuando el cliente recibe el producto muestra ciertos niveles de satisfacción estos son: insatisfacción, satisfacción y complacencia.

Beneficios de lograr la satisfacción del cliente.

Mateos (2012) nos dice que es tan importante que el cliente se sienta satisfecho con el producto o servicio que se le brinda y que ellos no tengan la menor duda de que ese producto es el adecuado no es necesario que vayan en busca de otras opciones es decir la competencia, ya que ello depende el futuro y el éxito permanente de la organización en el mercado. A través de ellos la empresa tendrá beneficios, los cuales son:

1° beneficio. Un cliente que se siente satisfecho y que ha llenado las expectativas con el producto que compro jamás se ira a la competencia y menos si ha sido tratado bien. Este cliente se mantendrá fiel.

2° beneficio. Un cliente que ha sido satisfecho transmite información y confianza a otras personas de acuerdo al producto que compro en la empresa, además genera publicidad gratis para la empresa debido a que divulgan la manera en cómo le brindaron el servicio para que otras personas puedan asistir a comprar donde el mismo compro.

3° beneficio: Un cliente que se encuentra satisfecho asegura el futuro de la

organización.

Necesidades del cliente

- Necesidad de ser comprendido: Los clientes que soliciten el servicio deben sentirse que están comunicándose de forma efectiva, y que los mensajes que están transmitiendo son entendido y comprendidos por la persona que está encargada de la atención.
- Necesidad de ser bien recibido: El personal de atención debe tratar de hacer que el cliente se sienta como en su casa, que sienta que le agrada su presencia. De esta manera es más que seguro que el cliente regresara de nuevo.
- Necesidad de sentirse importante: El cliente se siente bien cuando lo tratan de una manera gentil y amable, así que la función de personal encargado de la atención es la de buscar la forma más hostil de hacer sentir feliz e importante al cliente.
- Necesidad de comodidad: Es una de las partes fundamentales para satisfacer la necesidad del consumidor. Un ambiente adecuado junto con una atención rápida y agradable completan la comodidad idónea para la clientela (Prieto, 2014).

Teorías Atención al cliente

“La atención al cliente se refiere a todas aquellas actividades que se relacionan con los gustos de los clientes, que ellos puedan sentirse cómodos y bien, mediante algún producto o servicio que le brinde una organización” (Vaquero, 2013).

Zapatero (2012) afirma “la atención al cliente es el conjunto de prestaciones

que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que se recibe” (p.10).

Zapatero, asimismo complementa que las organizaciones deben cumplir y satisfacer las necesidades de los clientes, ya que ellos son los grandes impulsores para que una organización permanezca con vida en el mercado y tenga éxito, debido a que el producto o el servicio que se brinda debe estar orientado principalmente a los clientes; si esto no sucede de nada sirve que el producto o servicio que se brinda sea de alta calidad, sino existen compradores.

Según Zapatero (2012) para que la empresa lleve una política exitosa de atención al cliente debe tener un amplio conocimiento e información acerca de es que es lo desean los consumidores, en pocas palabras realizar un estudio de mercado para analizar y determinar las expectativas y los gustos que a las personas les gustaría que fueran satisfechos.

Cerca del 80% de los consumidores que tiene cualquier tipo de atención ya sea en un restaurante, o en cualquier servicio que les ofrezcan se muestran insatisfechos y desacuerdos debido a que mayormente las empresas se enfocan principalmente en la productividad y competitividad y se olvidan de lo importante que es de darles atención de calidad a los clientes para fidelizarlos (Díaz, 2010).

Rubio y Uribe (2013) mencionan que el “servicio al cliente es un proceso multidimensional, dinámico y completo que incluye actividades cognitivas, efectivas y conductuales” (p.19).

Rubio y Uribe asimismo complementan que un buen servicio al cliente es un

elemento fundamental, para lograr fidelizar a todos los clientes con la empresa y con el servicio o el producto que adquieren, es decir si al cliente se le brinda una pésima y desagradable atención simplemente se ira a la competencia, insatisfecho por la mal experiencia de acuerdo al servicio que le brindaron.

Gonzales (2010) afirma para que se logre desarrollar el servicio de la atención al cliente se debe trabajar en dos ámbitos diferenciados, estos son el ámbito racional y el ámbito emocional. El ámbito racional referencia todo lo que se debe hacer en los diferentes momentos en que se interactúa con los clientes, y el ámbito emocional recoge las sensaciones que se le generan a cada uno de esos momentos; es decir cómo se hace sentir a los clientes. En el ámbito racional se deben conocer tres aspectos para conocer una red comercial: conocer al cliente, responder al cliente y vincular al cliente. Mientras que las sensaciones que se producen en el ámbito emocional son; la coherencia, la cercanía, la personalización y la seguridad el cual llegan a ser principios fundamentales para el fomento de una buena atención.

Características de la atención al cliente:

Según García (2011) existen algunas características de la atención al cliente, la cual se nombrarán a continuación:

Diferenciación: Se refiere a que la atención al cliente se ha convertido en elemento fundamental de diferenciación debido a que en el mundo actual existe mucha competencia en el mercado, y que cada vez los bienes y servicios que las empresas ofrecen son más parecidos entre sí; es por ellos que dar una atención de calidad marca la diferencia con la competencia que pueda ofertar el mismo servicio o producto.

Conocimiento y expectativas del cliente: Conocer al cliente profundamente e

identificas cuales son realmente sus necesidades. En el caso de que se desee realizar algún cambio en el producto o servicio que se brinda que el cliente ya ha consumido, se le debe hacer las consultas previas a través de encuestas o cuestionarios ya que el cliente es importante para que una organización tenga éxito y sea rentable. La opinión del cliente es fundamental para no llegar al fracaso.

Flexibilidad y mejora continua: Debido a que el mercado es muy cambiante las empresas deben estar preparadas para dichos cambios, es decir el personal de la organización que tiene contacto directo con el cliente, debe recibir previamente capacitaciones información adecuada para tomar las decisiones correctas y así lograr satisfacer las necesidades de los clientes.

Orientación de la atención al cliente: Una adecuada atención al cliente contempla la combinación de dos factores: una orientación del trabajo hacia el trato y una orientación de trabajo hacia los consumidores.

Objetivos de la atención al cliente:

García menciona algunos objetivos importantes que tiene la atención al cliente en las organizaciones, estos son:

- Darle la oportunidad a que el cliente Elia el producto de acuerdo a su necesidad
Darle la oportunidad a que el cliente elija el producto de acuerdo a su necesidad y preferencia que este tenga.
- Brindarle la información que necesitas para que utilice de una manera adecuada el producto que ha comprado.
- Si se acordó en un tiempo y una hora determinada el envió del producto m debe cumplirse con lo dicho.

- Realizar un seguimiento del resultado efectivo del producto que se ha vendido.
- No perder la confianza del cliente, siempre atender a su necesidad.
- Dar conformidad a los consejos después de la venta.
- Cumplir las promesas que se prometieron en el contrato.
- Si se cometió cualquier error, disculparse lo antes posible para que no haya inconvenientes.
- Llevar a cabo de manera muy eficaz el servicio posventa

Importancia de la atención al cliente.

La calidad del servicio forma hoy en día una parte elemental que todas las empresas deberían de emplear para garantizar ventas y lograr fidelizar a los clientes, ya al pasar de los tiempos estos se vuelven más exigentes en el mercado para adquirir productos o servicios de alta calidad. Asimismo, la actitud de los clientes cambia constantemente en base a que poco a poco van conociendo el producto, mejorando su calidad de vida (García, 2011).

Modelo para medida de calidad de servicio.

Se sabe que cuando un servicio es de calidad se tiene identificadas las expectativas y percepciones que tienen los clientes en base a sus preferencias y gustos y que ya han sido alcanzadas o sobrepasadas. Por lo tanto, para poder medir la calidad del servicio es necesario que la empresa cuente con esas expectativas y percepciones para poder desarrollar el servicio o producto pensando principalmente en las peticiones que tienen los clientes en cuanto a sus necesidades (Fontalvo y Vergara, 2010).

2.3. Marco conceptual.

Micro y pequeña empresa: Son unidades económicas que se encargan de producir bienes y servicios para una sociedad en base a satisfacer necesidades, llegando así a expandirse día a día en el país. Asimismo, aportan parte del Producto Bruto Interno (PBI) en la economía del Perú ya que estas unidades económicas son grandes generadoras de empleo a pesar de su gran informalidad con la que laboran, también generan desarrollo sostenible para el país.

Gestión financiera: Se refiere a que la empresa recauda los recursos disponibles para poder realizar inversiones futuras en la misma empresa para lograr desarrollar sus actividades de producción de la manera más adecuada; es decir la captación del activo para invertirlo en cosas productivas como: infraestructura de la organización, beneficios a los trabajadores, innovación del producto o del servicio que se brinda, deudas que mantiene la empresa, etc.

Calidad: Es una estrategia que las organizaciones desarrollan para brindar servicio de calidad y satisfacer necesidades y expectativas de los clientes, es decir mejoran los procesos continuamente a la que la empresa se dedica para lograr ser más competitivos en el mercado y ganar clientes.

Sistema de gestión de calidad: Es una estrategia que las empresas utilizan y plantean para el mejoramiento y desarrollo de sus procesos, para lograr brindar producto o servicio de calidad para los consumidores.

Cliente: Es la persona que adquiere el producto o servicio que brinda una organización en base a satisfacer necesidades y llenar expectativas que tienen, acerca del producto que desea.

Atención al cliente: Es importante para el crecimiento de la organización, y se refiere a un conjunto de actividades que los trabajadores de las organizaciones deben emplear mediante capacitaciones para brindar un buen servicio a los consumidores, a que esto depende del solvento y rentabilidad de la organización. Asimismo, una buena atención al cliente permite la fidelización de los mismos hacia con la empresa; es decir que no pase por su mente el irse a la competencia por una atención de mala calidad.

Satisfacción del cliente

Se refiere al conjunto de expectativas que tiene un cliente acerca de un producto o servicio, y que espera fuera satisfecho.

III. HIPÓTESIS

La presente investigación Gestión de Calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018, no plantea hipótesis debido a que es una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

El diseño de investigación será transversal – no experimental – descriptiva.

Fue trasversal, porque el trabajo de investigación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías del Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018 se desarrolló en un tiempo y espacio determinado.

Fue No experimental porque no se aran variar las variables, es decir observaremos fenómenos tal y como se dan en un contexto natural, para después analizarlos, el investigador construye deliberadamente una situación a los que son expuestos varios individuos.

Fue descriptiva, porque se describieron las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

4.2. Población y muestra

Población: La población estuvo conformada por 70 micros y pequeñas empresas, del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

Muestra: La muestra fue dirigida, a 30 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías debido a que solo estas, estuvieron dispuestas a brindarnos la información requerida por parte de la encuesta realizada

4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías	Personas encargadas o dueñas de dirigir la micro y pequeña empresa para su desarrollo	Edad	18 a 30 31 a 50 51 a más años	Ordinal
		Género	Femenino Masculino	Nominal
		Grado de instrucción	-Sin instrucción - Educación básica - Superior no universitaria Superior Universitario	Nominal
		Cargo que desempeña	Dueño Administrador	Nominal
		Tiempo que desempeña en el cargo	De 0 a 3 De 4 a 6 De 7 a más años	Ordinal

Características de las micro y pequeñas empresas	Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	De 0 a 3 De 4 a 6 De 7 a más años	Ordinal
		Número de trabajadores	De 1 a 5 De 6 a 10 De 11 a más	Nominal
		Personas que trabajan en su empresa	Familiares personas no familiares	Nominal
		Objetivo de creación	Generar ganancia Subsistencia	Nominal
		Conocimiento del termino gestión de calidad	Si No Tiene poco conocimiento	Nominal
Gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al cliente	La gestión de calidad es el proceso que se da en dichas organizaciones para implantar la calidad en los productos o servicios que la empresa brinda.	Técnicas modernas de gestión de calidad	Benchmarking Atención al cliente Empowerment Las 5 c Outsourcing Ninguno Otros	Nominal

		Dificultades para la implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otro s	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	Observación Evaluación Escala de puntuaciones Evaluación de 360° Otros	Nominal
		La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	Si No	Nominal
		La Gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas.	Si No a veces	Nominal
		Conocimiento del término atención al cliente	Si No Tengo cierto conocimiento	Nominal
		Aplica gestión de calidad al servicio de brinda a los clientes	Si No A veces	Nominal
		La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento	Si no	Nominal

		Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	Comunicación de confianza Retroalimentación Ninguno	Nominal
		La atención que brinda a los clientes es	Buena Regular Mala	Nominal
		Considera que se está dando una mala atención al cliente	No tiene suficiente personal. Por una mala organización de los trabajadores. Si brindan una buena atención al cliente.	Nominal
		Resultados logrados brindando una buena atención al cliente		Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para lograr recolectar de la información requerida se aplicó la técnica de la encuesta, utilizando un cuestionario que fue elaborado con 23 preguntas orientadas a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa. Año 2018.

4.5. Plan de Análisis.

Se aplicó una encuesta para determinar en realidad cuáles son las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, asimismo este instrumento fue incorporado al programa de cómputo Microsoft Word y Excel para luego tabular los resultados y realizar las debidas interpretaciones de la investigación en estudio.

4.6 Matriz de consistencia.

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Método y Diseño	Téc. E Inst.
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018</p>	<p>Objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.</p> <p>Objetivos específicos: Establecer las características de los representantes de las (MYPES) del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018. Delimitar las características de las (MYPES) del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018 Describir las características de una gestión de calidad en Atención al Cliente en las MYPES) del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018</p>	<p>Gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018</p>	<p>La población estuvo conformada por 70 micros y pequeñas empresas, del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018. Se realizó una muestra dirigida a 30 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías debido a que solo estas estuvieron dispuestas a brindarnos la información requerida por parte de la encuesta realizada</p>	<p>El diseño de investigación será transversal – no experimental -descriptiva. Fue trasversal, porque la presente investigación se desarrolló en un tiempo y espacio determinado. Fue No experimental porque no se van a variar las variables, es decir observaremos fenómenos tal como se dan en un contexto natural, para después analizarlos, el investigador construye deliberadamente una situación a los que son expuestos varios individuos. Fue descriptiva, porque se describieron las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.</p>	<p>Técnica: La técnica que se utilizó fue la encuesta Instrumento: El instrumento que se utilizó fue el cuestionario que fue elaborado con 23 preguntas orientadas a los representantes de las micro y pequeñas empresas</p>

4.7 Principios éticos

Para poder realizar de manera conforme el presente trabajo de investigación se emplearon los siguientes valores:

Protección a las personas: se hizo de conocimiento la información que las personas que se encuestaron permitieron, se respeta la dignidad de la persona.

Cuidado del medio ambiente y biodiversidad: las investigaciones que se realizan en el medio ambiente deber ser cuidadosas para no afectar la dignidad de los animales

Libre participación y derecho de estar informado: Se tuvo en claro que la investigación a realizar era de importancia para apoyar a las micro y pequeñas empresas a ser mejores cada día.

Beneficencia y no maleficencia: La investigación se realiza con el fin de hacer mejorar realizar mejoras en las microempresas, no para denigrar y realizar daños

Justicia: La investigación se desarrolló de forma igual para todas las personas involucradas en el estudio.

Integridad científica: Los resultados de la investigación son completamente reales y la información recolectada es severa.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia de Santa, año 2018.

Datos Generales	n	%
Edad		
18-30 años	11	36.67
31-50 años	12	40.00
51 a más años	7	23.33
Total	30	100.00
Género		
Masculino	11	36.67
Femenino	19	63.33
Total	30	100.00
Grado de Instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	13	43.33
Superior no Universitaria	8	26.67
Superior universitaria.	9	30.00
Total	30	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	12	40.00
Administrador	18	60.00
Total	30	100.00
Tiempo que desempeña el cargo		
0 a 3 años	21	70.00
4 a 6 años	4	13.33
7 a más años	5	16.67
Total	30	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

De las empresas	n	%
Permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	12	40.00%
4 a 6 años	8	26.67%
7 a más años	10	33.33%
Total	30	100.00%
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	19	63.33%
6 a 10 trabajadores	8	26.67%
11 a más trabajadores	3	10.00%
Total	30	100.00%
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	9	30.00%
Personas no familiares	21	70.00%
Total	30	100.00%
Objetivo de creación		
Generar ganancia	27	90.00%
Subsistencia	3	10.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

Tabla 3

Características de una gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

Gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente	n	%
Conocimiento del termino Gestión de calidad		
Si	17	56.67
No	6	20.00
Tengo cierto conocimiento	7	23.33
Total	30	100.00
Técnicas modernas de la Gestión de calidad conoce		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	27	90.00
Empowerment	0	0.00
Las 5 s	1	3.33
Outsourcing	0	0.00
Otros	1	3.33
Ninguno	1	3.33
Total	30	100.00
Dificultades del personal a la implementación de Gestión de Calidad		
Poca iniciativa	3	10.00%
Aprendizaje lento	4	13.33%
No se adapta a los cambios	5	16.67%
Desconocimiento del puesto	4	13.33
Otros	14	46.67
Total	30	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	22	73.33
La evaluación	6	20.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	2	6.67
Total	30	100.00
La Gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio		
Si	30	100.00
No	0	0.00
Total	30	100.00
La Gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas		
Si	27	90.00
No	1	3.33
A veces	2	6.67
Total	30	100.00
Conocimiento del término atención al cliente?		
	n°	%
Si	28	93.33
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	2	6.67
Total	30	100.00

Continúa.....

Tabla 3

Características de una gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

Concluye.....

Aplica gestión de calidad en el servicio que brinda	n	%
Si	29	96.67
No	0	0.00
A veces	1	3.33
Total	30	100.00
La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento		
Si	30	100.00
No	0	0.00
Total	30	100.00
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	26	86.67
Confianza	2	6.67
Retroalimentación	2	6.67
Ninguno	0	0.00
Total	30	100.00
Factores que utiliza para dar calidad al servicio que brinda		
Atención personalizada	12	40.00
Rapidez en la entrega de los productos	17	56.67
Las instalaciones	0	0.00
Ninguna	1	3.33
Total	30	100.00
La atención que brinda a los clientes es:		
Buena	27	90.00
Regular	3	10.00
Malo	0	0.00
Total	30	100.00
Considera que se está dando una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	4	13.33
Por una mala organización de los trabajadores	4	13.33
Si brindan una buena atención al cliente.	22	73.33
Total	30	100.00
Resultados logrados brindando una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	14	46.67
Fidelización de los clientes	8	26.67
Posicionamiento de la empresa	5	16.67
Incremento en las ventas	3	10.00
Total	30	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018

5.2 Análisis de Resultados.

Tabla 1. Referente a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

Con respecto a la edad: el 40.00% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad (Tabla 1) Esto coincide con los resultados recopilados de Ponce (2018) quien manifiesta en su información que el 68.75% se encuentra en el rango de 31 a 50 años de edad, de igual forma los resultados coinciden con los resultados obtenidos por Chávez (2018) que refiere que el 50,0% de los representantes comprende la edad de 31 a 50 años, También coincide con los resultados obtenidos de Vasallo (2016) quien determina que el 69.20% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, de la misma manera se asemeja con Rodríguez (2018) quien indica que el 34,2% tiene de 36 a 45 años de edad, finalmente se asemeja con los resultados obtenidos por Valdivieso (2018) quien afirma que el 64,0% tiene de 40 a 49 años de edad. Pero contrasta con los resultados obtenido de Villalba (2016) quien determina que el 64% de los representantes tienen entre 18 a 25 años de edad, finalmente contrasta con los resultados de Pérez (2017) quien indica que el 60% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad. En el presente la mayoría simple de los representantes tienen entre 31 y 50 años de edad, lo que referencia que tienen experiencia en el trabajo.

Con respecto al género: el 63.33% de los representantes pertenece al género femenino, esto coincide con los resultados de Valdivieso (2018) que refiere que el 64,0% son de sexo femenino, asimismo, coincide con los resultados obtenido por Ponce (2018) que indica que el 62.5% de los representantes de la MYPE pertenece al género femenino, de la misma manera coincide con Pérez (2017) quien dice que el

50% es de género femenino. Pero contrasta con los resultados de Villalba (2016) que afirma que el 64% de representantes es de género masculino, de igual forma contrasta con Rodríguez (2018) quien manifiesta en sus resultados que el 56,0% pertenece al género masculino, También contrasta con Chávez (2018) que refiere que el 66,7% de representantes son de género masculino, finalmente contrasta con Vasallo (2018) que indica que el 61.5% comprende el género masculino. Actualmente las pollerías son dirigidas por personas de género femenino.

De acuerdo al grado de instrucción: el 43.33% de los representantes cuenta con educación básica, lo cual coincide con Rodríguez (2016) quien dice que el 52,30% tienen grado de instrucción básica. Pero contrasta con los resultados de Valdivieso (2018) que indica que el 44, 0% son “Empíricos”, de la misma manera contrasta con Pérez (2017) que manifiesta en sus resultados que el 60% tiene nivel superior no universitario, también contrasta con Ponce (2018) quien manifiesta que el 43.95% cuenta con grado de instrucción secundaria, asimismo contrasta con los resultados obtenidos por Chávez (2018) que refiere que el 50% de los representantes encuestados tiene instrucción superior universitaria, de igual forma hace contraste con Vasallo (2018) que indica que el 54% tiene grado de instrucción superior no universitaria. En la actualidad el grado de instrucción de los representantes es de mayoría simple en educación básica, esto refiere que hay que seguir formándose profesionalmente para que desarrollen de mejor manera sus actividades.

Con respecto al cargo que desempeña: el 60.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son administradores, esto coincide con los resultados obtenidos por Chávez (2018) que indica que el 83,3% de representantes tienen el cargo de administrador. Pero contrasta con Pérez (2017) quien manifiesta en sus resultados obtenidos que el 60.0% de

representantes de las Micro y Pequeñas Empresas son dueñas, asimismo contrasta con Ponce (2018) quien refiere que el 62.50% de personas encuestadas son dueños de sus empresas, finalmente hace contraste con los resultados obtenidos por Vasallo (2018) que hace referencia a que el 77% de representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños. En la actualidad la mayoría simple de los encargados son administradores, esto es importante para las organizaciones, ya que una mente formada es mucho mejor que una sin formarse.

De acuerdo al tiempo que desempeña en el cargo: el 70.00% de los representantes indicó que tienen de 0 a 3 años de tiempo desempeñándose en el cargo, lo cual coincide con Pérez (2017) que manifiesta que el tiempo que ocupa en el cargo está comprendido de 1 a 3 años. Pero contrasta con Chávez (2018) quien refiere que el 33,4% de representantes de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el cargo, asimismo, contrasta con Vasallo (2018) que refiere que el 69,2% ocupa el cargo de 7 años a más. Actualmente la mayoría de representantes desempeñan el cargo de 0 a 3 años, no mucha experiencia en el cargo.

Tabla 2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

En cuanto a la permanencia de la empresa en el rubro: el 40.00% de los representantes menciono que tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, lo cual contrasta con Valdivieso (2018) que indica que el 40,0% tiene de 4 a 8 años de presencia en el mercado, de la misma manera no concuerda con Pérez (2017) quien manifiesta que el 70% de las Mypes tienen de 3 a 5 años de permanencia en el rubro, de igual forma contrasta con Ponce (2018) quien alega que el 87,50% cuanta con 7

años a más de permanecía, asimismo contrasta con los resultados de Chávez (2018) quien afirma que el 66,6% de micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a más en el rubro, finalmente, contrasta con los resultados de Vasallo (2018) que alega que el 85% de Mypes encuestadas tiene de 7 años a más de permanencia en el rubro. Menos del 50% con mayoría simple, en cuanto al tiempo que tienen las empresas laborando es de 0 a 3 años, quiere decir que la mayoría de empresas laborando excede ese porcentaje. En la actualidad las micro y pequeñas empresas denominadas pollerías tiene de 0 a 3 años de permanencia, esto quiere decir que son emprendedores la mayoría que ejercen los negocios.

Con respecto al número de trabajadores que laboran en las micro y pequeñas empresas: el 63.33% de representantes indico que tienen de 1 a 5 trabajadores, lo cual coincide con los resultados de Ponce (2018) quien afirma que el 50% cuentan entre 1 a 5 trabajadores laborando en las Mypes, asimismo coincide con Vasallo (2018) quien dice que el 69,20% de empresas tiene de 1 a 5 trabajadores, también se asemeja con Pérez (2017) que refiere que el 70% comprende de 1 a 3 trabajadores. Pero contrasta con Valdivieso (2018) quien menciona que el 72,0% número de trabajadores que laboran tienen de 5 a 8 trabajadores, de igual forma no concuerda con Chávez (2018) quien en sus resultados obtenidos puede mencionar que el 50% de micros y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores. En la actualidad las micro y pequeñas empresas tiene de 1 a 5 trabajadores, debido a que la son micro y pequeñas empresas no cuentan con muchos trabajadores laborando.

Relación a las personas que trabajan en su empresa: el 70.00% de los encuestados alegó que laboran personas no familiares, lo cual contrasta con Pérez (2017) quien menciona que el 50% de personas laborando son personas familiares,

asimismo contrasta con Chávez (2018) que alega que el 66,7% de mypes encuestadas tiene a personas familiares trabajando, finalmente hace contraste con Vasallo (2018) quien indica que el 62% de las micros y pequeñas empresas tiene a personas familiares trabajando en ellas. Actualmente las personas que laboran en las micro y pequeñas empresas denominadas pollerías son personas no familiares.

De acuerdo al objetivo de creación: el 90.00% de los representantes encuestados sostuvo que el objetivo de creación es el de generar ganancia, estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Chávez (2018) quien afirma que el 100% de las micro y pequeñas empresas se forman para generar ganancia, por ultimo coincide con Vasallo (2018) quien manifiesta que el 100% de las mypes tienen el objetivo de generar ganancia. En la actualidad las micro y pequeñas empresas con creadas para generar ganancia.

Tabla 3. Referente a las características de una Gestión de calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

En relación a la pregunta si conoce el termino Gestión de calidad: el 56.67% de los representantes sostuvo que si conoce el termino gestión de calidad, esto coincide con Pérez (2017) quien afirma que el 80% de micro y pequeñas empresas si conoce el término, asimismo concuerda con Ponce (2018) que indica que el 81.25% si conoce el término gestión de calidad, también coincide con los resultados de Vasallo (2018) quien afirma que el 92% de los encuestados respondió que si conoce el termino gestión de calidad. Pero contrasta con Valdivieso (2018) quien en sus resultados resalta que el 76,0% no aplican gestión de calidad, de igual manera contrasta con Chávez (2018)

quien menciona que el 100% de los representantes no conoce el término. Actualmente la mayoría de representantes encuestados si conoce el término gestión de calidad, esto es importante para el desarrollo adecuado de estas micro y pequeñas empresas.

De acuerdo a que técnicas modernas de Gestión de calidad conoce: el 90.00% de los encuestados indico que conoce la técnica “atención al cliente”, estos resultados concuerdan con los resultados recopilados de Vasallo (2018) quien afirma que el 100% de los encuestados conoce la técnica de atención al cliente. Pero contrasta con Ponce (2018) quien en su investigación dice que el 56.25 % aplica la técnica de mejora continua, asimismo contrasta con Chávez (2018) quien refiere que el 50% de representantes utiliza la técnica de Benchmarking. Actualmente la mayoría de representantes conoce la técnica de atención al cliente, esto quiere decir que pueden poner en función esa técnica tan importante para ganar clientela y fidelización.

Con respecto a que dificultades tiene el personal para la implementación de Gestión de calidad: el 46.67% menciona la alternativa otros. Esto contrasta con Chávez (2018) quien indica que las dificultades del personal para la implementación de gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios en un 33,4%, asimismo contrasta con Vasallo (2018) quien en su trabajo de investigación refiere que el 61.5% de las dificultades para la implementación es el aprendizaje lento. En la actualidad la mayoría no tiene dificultades para la implementación de la gestión de calidad

Con respecto a las técnicas para medir el rendimiento del personal: el 73.33% de los representantes de las micro y pequeñas empresas sostuvo que utiliza la técnica de la observación. Esto coincide con Chávez (2018) quien dice que el 50% de representantes utiliza la técnica de observación para medir el rendimiento del personal,

asimismo coincide con Vasallo (2018) quien manifiesta que el 69,2% utiliza la técnica de observación para poder medir el rendimiento del personal. La mayoría utiliza la técnica de la observación para obtener resultados y verificar el trabajo que los empleados realizan en cuanto a las funciones que cumple.

De acuerdo a la pregunta que si la Gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio: el 100.00% respondió que si contribuye a mejorar el rendimiento de la micro y pequeñas empresa, esto coincide con Pérez (2017) quien afirma que el 90% de encuestados dijo que la gestión de calidad si ayuda a mejorar el rendimiento de la empresa, asimismo concuerda con Chávez (2018) quien el 100% de los encuestados menciona que la gestión de calidad si contribuye mejora la empresa de la misma forma concuerda con Vasallo (2018) quien en su informe de tesis menciona que el 93,3% respondió que la gestión de calidad si contribuye al rendimiento del negocio. La totalidad de los encuestados sabe que una gestión de calidad adecuada en las micro y pequeñas empresas ayudara a cumplir con los objetivos de la organización y asimismo su crecimiento propio.

En relación a la pregunta si la Gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos las metas trazadas: el 90.00% de los representantes indico que, si ayuda alcanzar los objetivos, esto coincide con Vasallo (2018) quien en su trabajo de investigación menciona que el 84,6% respondió que si ayuda alcanzar los objetivos la gestión de calidad.

Con respecto a la pregunta si conoce el termino Atención al Cliente: el 93.33% de los representantes encuestados sostuvo que si conoce el termino atención al cliente. Esto coincide con la información recopilada de Chávez (2018) quien resalta que el

100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conoce el término atención al cliente, asimismo, coincide con Vasallo (2016) quien refiere que el 100% de los representantes si conoce el termino atención al cliente. Actualmente la mayoría tiene en claro que la gestión de calidad si ayuda a que la empresa alcance lo que se planea desde un principio y pueda obtener una rentabilidad esperada.

De acuerdo a si aplica Gestión de calidad al servicio que brinda a sus clientes: el 96.67% de los encuestados mencionó que si aplica gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes , estos resultados coinciden con los resultados obtenido por Pérez (2017) quien refiere que el 70% de los encuestados si aplican gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, de la misma manera concuerda con Ponce (2018) que manifiesta que el 81.25% si aplica una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, de igual manera concuerda con Chávez (2018) quien dice que el 100% de los representantes si aplica gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, finalmente hace coincidencia con Vasallo (2016) quien manifiesta que el 100% de los representantes si aplican una gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes. La mayoría afirma que la gestión de calidad que le brindan a sus clientes es oportuna.

En relación a la pregunta si cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento: del 100.00% de los encuestados el 100.00% respondió que sí es importante para que el cliente vuelva al establecimiento, asimismo esto logra coincidir con Vasallo (2016) que refiere que el 100% de los encuestados mencionaron que si es importante la atención para que este regrese al establecimiento. Pero contrasta con Valdivieso (2018) quien afirma que el 88,0% no tienen un protocolo de atención al cliente. La totalidad de encuestados conoce lo importante y fundamental

que esta técnica de atención al cliente, para que los consumidores puedan regresar y consumir el producto que ellos brindan.

De acuerdo a las herramientas que utiliza para un servicio de calidad: el 86.67% de los encuestados sostuvo que la herramienta que utiliza para un servicio de calidad es la comunicación, esto no tiene comparación con ninguno de los antecedentes.

En cuanto a los factores que utiliza para dar calidad al servicio que brinda: el 56.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas respondió: rapidez en la entrega de los productos, esto contrasta con Reyes (2014) quien menciona que el 62% de encuestados respondió rapidez en el servicio, asimismo hace contraste con Valdivieso (2018) quien alega que el 52% indicó que cuenta con la infraestructura adecuada para brindar el servicio esperado. La mayoría de los representantes utiliza un factor que es importantísimo y que toda empresa debe emplear cuando desarrolle sus actividades y este factor es el de entregar rápido el producto a la mesa, para que el cliente satisfaga su necesidad y no muestre molestia.

Con respecto a la atención que brinda a los clientes es: el 90.00% de los representantes menciono que si es buena la atención que brindan a los clientes, de la misma manera coincide con los resultados obtenidos de Villalba (2016) quien refiere que el 54% están satisfechos con el servicio que brinda sus clientes, asimismo coincide con Reyes (2014) quien en su trabajo obtuvo que el 95% de las personas encuestadas calificaron la calidad del servicio como buena, también coincide con Rodríguez (2018) que en su tesis de investigación resalta que el 56,8% de encuestados atiende bien a sus clientes, de la misma forma hace coincidencias con los resultados obtenidos por Chávez (2018) quien afirma que el 66.7% de los representantes de las micro y

pequeñas empresas consideran que la atención que brindan es buena, Finalmente asimismo concuerda con Vasallo (2018) que manifiesta que el 54% de los encuestados menciono que la atención que brindan a los clientes es buena. Actualmente se brinda una buena atención a los clientes en las micro y pequeñas empresas, esto es de suma importancia para que la empresa pueda ganar una clientela fidelizada con su producto.

Con respecto a la pregunta que porque considera que se está dando una mala atención al cliente: el 73.33% indico que, si brindan una buena atención a sus clientes, los resultados obtenidos coinciden con los resultados de Villalba (2016) quien menciona que el 37% brindan una atención paciente y clara. Pero contrasta con Vasallo (2016) que nos dice que el 62% de los representantes consideran que se está dando una mala atención al cliente por una mala organización de los trabajadores. Actualmente en las micro y pequeñas empresas de una buena atención a los clientes, esto es importante para que la empresas pueda crecer continuamente y tener éxito en el mercado.

En relación a la pregunta que resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente: el 46.67% de los encuestados respondió que han logrado que los clientes estén satisfechos. Pero contrasta con Ponce (2018) quien indica que el 68.75% considera que una atención de calidad contribuye en el aumento de ventas, a la vez estos resultados contrastan con los resultados obtenidos por Chávez (2018) quien afirma que el 100% de los encuestados asegura que la atención al cliente permite el posicionamiento de la empresa. Finalmente contrasta con Vasallo (2018) que menciona que el 100% de los encuestados que los resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente es el posicionamiento de la empresa. La mayoría simple de los representantes que se encuestaron, respondieron que lograron mantener a los

clientes satisfecho brindándoles una buena atención al cliente.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría relativa de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años de edad, la mayoría son de género femenino, la mayoría relativa cuenta con el grado de instrucción de educación básica, la mayoría desempeñan el cargo de administradores, asimismo el tiempo que los administradores desempeñan en el cargo es de 0 a 3 años.

La mayoría relativa de representantes indico que las micro y pequeñas empresas tiene de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, la mayoría de los representantes menciono que los trabajadores que laboran en las micro y pequeñas empresas son de 1 a 5, las personas que trabajan en la empresa son personas no familiares en la mayoría de igual manera la mayoría alego que el objetivo de creación de la empresa es la de generar ganancia.

La mayoría absoluta de representantes conoce el termino gestión de calidad, la técnica más conocida que conocen los representantes de las micro y pequeñas empresas es la de atención al cliente en mayoría absoluta, la mayoría relativa menciono la alternativa otros de acuerdo a la pregunta que dificultades tenía el personal para la implementación de gestión de calidad, la mayoría utiliza la técnica de observación para poder medir el rendimiento del personal, la totalidad de los encuestados menciono que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento de la micro y pequeña empresa, la mayoría absoluta el indico que la gestión de calidad si ayuda a la empresa para que alcance los objetivos y metas trazadas, la mayoría absoluta de representantes si conoce el termino atención al cliente, la mayoría de representantes si aplican gestión de calidad al servicio que brindan a sus clientes, la totalidad de los representantes

encuestados dijo que si es fundamental la atención al cliente para que este regrese al establecimiento, la herramienta más utilizada para un servicio de calidad es la comunicación lo alego en la mayoría, la mayoría de representantes respondió que los factores que utiliza para dar calidad al servicio que se brinda es la de rapidez en la entrega de los productos, la mayoría de los representantes dicen que si brindan una buena atención al cliente, la mayoría brindan una buena atención a los clientes, la mayoría simple de los representantes respondió que han logrado que los clientes estén satisfechos, brindándoles una buen atención.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Se recomienda desarrollar plan de capacitación con el objetivo de orientarse e informarse en temas de atención al cliente, gestión de calidad y fomento de trabajo en equipo, para que se logre alcanzar la máxima eficiencia y calidad en los procesos de acuerdo al servicio u producto que se brinda en la micro y pequeña empresa, y así lograr la plena satisfacción de los consumidores y éxito de la organización.

Se recomienda a las micro y pequeñas empresas implantar buzón de sugerencias para fomentar la comunicación entre los trabajadores y estos puedan presentar propuestas, recomendaciones e ideas que ayuden a mejorar continuamente la gestión de calidad en atención al cliente y satisfacción de los clientes.

Se recomienda implantar protocolo de atención al cliente con la finalidad de cumplir con las expectativas deseadas y las necesidades que los consumidores requieren para alcanzar la plena satisfacción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Centty, D. B. (2011). *La inversión en recursos humanos y la competitividad de las micro y pequeñas empresas de la región Arequipa*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=45&docID=3201636&tm=1529110237450>
- Correa, F., Leiva V., y Estumpo, J. (2016). *Mypimes en América Latina un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf
- Chávez, E. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016* (tesis de posgrado). Uladech católica los Ángeles de Chimbote, Perú.
- Díaz, F. (2010). *Experiencias con el servicio de la atención al cliente*. Recuperado de: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=64752490&lang=es&site=ehost-live>
- Domínguez, J. (14 de abril de 2016). *Mypimes general alrededor de 67% de empleo en Colombia. Dinero*. Recuperado de: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>
- Ferreira, C. (2011). *Apoyando a las pymes un: Políticas de Fomento en América Latina*. Recuperado de: http://www.cedet.edu.ar/Archivos/Bibliotecas_Archivos/id39/APOYANDO%20A%20LAS%20PYMES%20LCR.2180.pdf
- Fontalvo, T. J. (2006). *La gestión avanzada de la calidad: metodologías eficaces para el diseño, implementación y mejoramiento de un sistema de gestión de calidad*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=42&docID=3174730&tm=1529368575818>

- Fontalvo, T. J., & Vergara, J. C. (2010). La gestión de la calidad en los servicios. Iso 9001: 2008. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=30&docID=3200506&tm=152954721478>
- García, M. J. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor* (uf0036). Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=79&docID=3211429&tm=1529540561851>
- Gonzales, P. (2010) *El concepto de “oficio”: el eslabón perdido de la atención al cliente*. Recuperado de:
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=59735929&lang=es&site=ehost-live>
- González, O., y Arciniega, J. (2016). *Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la norma iso 2015*. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=30&docID=4870575&tm=1529363770543>
- Henríquez, L., y Deelen, L. (2010) *La situación de la micro y pequeña empresa en Chile*. Recuperado de: <http://www.redmicrofinanzas.cl/web/wp-content/uploads/2010/07/Libro-Sercotec-OIT-Abril-2010.pdf>
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* (tesis de posgrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador
- Mateos, M. Á. (2012). *Atención básica al cliente* (mf1329_1). Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3211515&ppg=1>
- Miranda, Y. (2016). *Las Mypes en Chimbote: ¿cómo aceleramos el motor?* Diario el Ferrol. Recuperado de:
<https://www.elferrolchimbote.com/index.php/especiales/1414-las-mypes-en-chimbote-como-aceleramos-el-motor>

Mungaray, A., Ramírez, N., y Ramírez, M. (2010). *Aprendizaje empresarial en microempresas de subsistencia*. Recuperado de:

[https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=5
&docID=3229063 &tm=152910775334](https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=5&docID=3229063 &tm=152910775334)

Narváez, A. (2015). *La microempresa en el Estado de Tabasco. México. Propuesta de un modelo de visión integradora del mercadeo moderno (VIMM) para su creación y promoción*. Recuperado de:

[https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=418
3727&query=micro%2By%2Bpeque%25C3%25B1as%2Bempresas](https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4183727&query=micro%2By%2Bpeque%25C3%25B1as%2Bempresas)

Ordoñez, R., Vásquez, F. (2014). Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las mypes del rubro restaurantes en San Vicente, 2014. *Revistas Científicas*. Recuperado de:

<http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendocienciascontables/article/viewFile/865/381>

Palacios, A. (2018). *Perú: situación económica de las micro y pequeñas empresas*. *Expreso*. Recuperado de:
<https://www.expreso.com.pe/opinion/alfredo-palacios-dongo/peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas/>

Pérez, L. (2017). *Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro cafeterías del Distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH), Chimbote, Perú.

Ponce, M. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las mype del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de pocollay, provincia*

Prieto, J. (2014). *Gerencia del servicio: la clave para ganar todos (3a. ed.)*. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=21&>

docID=487054 0&tm=1529465146903

Rodríguez, A. (18 de mayo de 2018). *Mypes representan el 98% de empresas que le venden al estado*. La Republica. Recuperado de:

<https://larepublica.pe/sociedad/1244860-mypes-representan-98-empresas-le-vendeN>

Rodríguez, Y. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, Casco Urbano del Distrito de Chimbote, 2016* (tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH), Chimbote, Perú.

Rubio, G. G., & Uribe, M. M. E. (2013). *Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: una aplicación para las grandes superficies*. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=20&docID=535024 2&tm=1529544074958>

Sánchez, B. (s.f). *Las MYPES en el Perú, su importancia y propuesta tributaria*.

Recuperado de:

<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/5433/4665>

Superintendencia Nacional de Administración y Aduanas. (2017). *Emprender*.

Recuperado de: <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>

Uribe, M. E. (2011). *Los sistemas de gestión de la calidad: el enfoque teórico y la aplicación empresarial*. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=22&docID=490930 0&tm=1529376119081>

Vallaso, T. (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, Casco Urbano del Distrito de Chimbote, 2016* (tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH). Chimbote, Perú.

Valdivieso, C. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017* (tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH). Chimbote, Perú

Vaquero, J. (2013). *Recepción y atención al cliente*. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=151&docID=3217102&tm=1529457611863>

Villalba, S. (2016). *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azúcar beach y sugerencias de mejora* (tesis de pregrado). Universidad de Ecuador, Quito

<https://elcomercio.pe/economia/negocios/informalidad-micro-pequenos-negocios-peru-noticia-noticia-448518>

Vivanco, F. J. S. (2010). *La cultura organizacional: una oportunidad de éxito para las micro y pequeñas empresas de la confección, el caso de Aguascalientes*.

Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=41&docID=3202318&tm=1529164290189>

Zapatero, A. I. (2012). *Manual información y atención al cliente consumidor usuario*.

Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=10&docID=4499054&tm=1529452430667>

Zuleta, L. A. (2011). *Políticas e instituciones de apoyo a las Pymes en Colombia*. En N. Unidas (Ed.), *Apoyando a las pymes: Políticas de Fomento en América Latina y el Caribe* (169- 509). Naciones Unidas, Santiago de Chile: Sin Editorial

ANEXOS

Anexo 1 cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
ACTIVIDADES	Año 2018								Año 2019							
	Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Elaboración del Proyecto	X															
Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X														
Aprobación del proyecto por el jurado de Investigación			X													
Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
Mejora del marco teórico y metodológico					X											
Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información						X										
Elaboración del consentimiento informado							X									
Recolección de datos								X								
Presentación de Resultados									X							
Análisis e interpretación de los resultados										X						
Redacción del informe Preliminar											X					
Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación												X				
Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X			
Presentación de ponencia en jornadas científicas														X		
Redacción de artículo científico																X

Anexo: 2

Esquema de Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o numero	Total (S/.)
Suministros (*)			
Impresiones	70.00	1	70.00
Fotocopias	11.00	1	11.00
Empastado	30.00	3	0.00
Papel bond A-4 (500 hojas)	0.10	30	3.00
Lapicero	2.50	2	5.00
Servicios			
Uso de Turniting	50.00	2	100.00
Sub Total			137.36
Gastos de viaje			
Pasaje para recolección de información	1.50	4	6.00
Sub Total			6.00
Total de presupuesto desembolsable			143.60
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o numero	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Módulo de investigación del ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio Institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso Humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			1,045.80

Anexo 3 Cuadro de sondeo

POBLACIÓN		
N	RAZÓN SOCIAL – NOMBRES DE MYPES	DIRECCIÓN
1	Pollería kikiriki	Urb. Casuarinas ii etapa Mz a1 lt 07
2	Pollería Marvin	A.H San Felipe Mz. J Lote 23
3	Pollería Napo's Chicken E.I.R.L.	Urb. Mariscal Luzuriaga Mz. c lt 12
4	Pollos a la Brasa " NAPO "	Urb. el Pacifico Av. Pacifico Mz l2 lt 19
5	Pollería Zamora	Upis San Luis Mz a lt 24
6	Pollería "Che Palermo"	Urb Casuarinas - Av Pacifico Mz a1 lt 7a
7	Restaurant Pollería El Banquete	Av Pacifico Mz i2 lt 51
8	Pollería "Pa llevar"	AA.HH. Teresa de Calcuta Mz. m - lt. 20
9	Pollos a la Brasa Brozetos Chicken	Urb. Pacifico Mz. l2 - lt. 21
10	Pollos a la Brasa "La Granja Linda"	Urb. Buenos Aires Mz. h - lt. 05
11	Restaurant Pollería "Las Delicias"	AA.HH. las Delicias Mz. 04 - lt. 24
12	"Pollos a la Brasa Napo's Chicken's"	Urb. Buenos Aires i etapa Av. Pacifico n° 370
13	Pollería Restaurant "El abuelo Josías"	Av. Pacifico Mz. k2 lt. 64
14	Restauran Pollería World Chicken	Centro Cívico Mz. e lt. 20
15	Pollería - Restaurant "El Che"	AA. HH villa las palmas mz. "1" lt. 20
16	Restaurant - Pollería "Pico Rico	Urb. Canalones Mz f2 lt 41
17	Pollería "La Granja Linda"	Urb. el pacifico Mz m2 lt 01
18	Restaurant Pollos a la Brasa "brasa y sazón"	Mz. k2 lt. 64 Urb. el Pacifico
19	Pollos "Alfa Más"	Urb. el Pacifico Mz i2 lt 67
20	Venta de pollos y parrillas - "al carbón pollos y parrillas"	Urb. Nicolás de Garatea Av. agraria Mz 14 lt 22
21	Restaurant - Pollería deyma'r	P.J Villa María Av. 28 de Julio z z lt 19
22	Restaurant Pollería "La Granja Linda"	P.J tres de octubre Mz l lt 01
23	Restaurant Pollería "el buen sabor norteño"	Urb. Nicolás Garatea Mz 54 lt 14

24	Pollería "La Granja Linda	Urb. el Pacifico Av. country mz m2 lt 01
25	Pollería Restaurant "Marycielo"	Urb. Nicolás Garatea Mz 55 lt 24
26	Pollería y Broasteria "Hot Chicken grill"	Urb. Banchemo Rossi Mz l'4 lt 20
27	Pollos a la brasa "El Gigante	P.J Villa María Mz f lt 19
28	Restaurant - Polleria "Brozetos" Chicken grill	Urb. Pacifico Mz. l2 lt. 21 Av. Country
29	Pollería "El Granjero"	Urb. Bellamar mz. k5 lt. 18
30	Pollería "Ashlly"	AA.HH. Independencia mz. c lt. 05
31	"Wilson Chicken & grill"	Urb. Cáceres Aramayo Mz b' lt 11
32	"El Pechugón"	Urb. Casuarinas Mz. q1 lt. 20
33	"Restaurant - Pollería Duran"	Urb. Miguel Grau Mz. w2 lt. 18
34	"Pollos a la Brasa Pa llevar"	Urb. Nicolás Garatea Mz. c lt. 19
35	Pollería "Mi Corralito"	Urb. Bruces Mz. b lt. 14 interior b - avenida a
36	"Pollería d' Karlo"	A.H Vista Alegre Av. la paz Mz e lt 09
37	Pollos a la brasa para llevar "Piko rico"	Urb. José Carlos Mariátegui av. Argentina Mz f3 lt 07
38	"Pollos a la Brasa Pa' llevar"	urb. los cipreses Av. argentina mz f lt 40
39	"Pollería Roque"	A.H Las Delicias Mz 32 lt 14
40	"Restaurant-Pollería Pico Rico"	Urb. Nicolás de Garatea Mz 54 lt 15
41	"Míster Vi	P.J villa maría panamericana sur Mz h lt 14-a
42	"Restaurant Pollería azu maree"	Urb. Banchemo Rossi Mz l4 lt 01
43	"Pollería Pio Pio"	Urb. Carlos de Heros Mz h2 lt 01
44	"R & t Chicken Pollería Restaurant"	Urb. Miguel Grau Mz w1 lt 15 planta n° 02
45	"Restaurant Pollos a la Brasa El Encuentro	A.H villa magisterial mz a lt 06
46	"Restaurant pollería el papi"	A.H santa rosa del sur ii etapa Mz p lt 24
47	Pollería Restaurante "mega chicken"	Urb. santa rosa mz e1 lt 47
48	"Pollería Emelyn"	P.J Villa María Mz e lt 13
49	"Pollería Toto"	Urb. Carlos García ronceros mz o lt 09
50	Urb. Mariscal Luzuriaga mz c lt 12	"Pollería Napo's Chicken"

51	"Restaurant Pollería Toretto"	Urb. Mariscal Luzuriaga Mz d lt 11
52	Restaurante - Pollería "Al Carbón"	Urb. Nicolás de Garatea Mz 14 lt 22
53	"Restaurante Pollería mis tres amores"	A.H Alejandro Toledo Mz b lt 04
54	"Pollería Palma Chicken Sazón Morino"	Urb. los Héroes Mz n2 lt 35
55	"Pollos a la Brasa Muñoz"	A.H 19 de marzo Mz m lt 20
56	Restaurant - Pollería "La Granja Grande E.I.R.L."	A.H Santa Rosa del Sur Mz p' lt 26
57	"Restaurant - Pollería Don lolo"	Urb. José Carlos Mariátegui Mz d3 lt 47a planta n° 02 y 03
58	"Pollería - Chifa el Doradito"	Urb. los Héroes Mz f2 lt 41
59	"Pollería - Restaurant Mahal"	A.H las brisas Av.Prolog. los pelicanos puesto n° 125 piso n° 02
60	"Restaurant - Pollería Peruchos"	P.J Villa María Mz e lt 13
61	"Restaurante, chifa, Pollería Palermo"	A.H San Luis ii etapa Mz z lt 1
62	Pollería restaurant " Chicken Brother	Urb. Nicolás Garatea Mz 2 lt 25
63	Restaurante Pollos a la brasa pa' comer, pa' llevar	Urb. los Cipreses Av. Argentina Mz f lt 40 d
64	Ayana Negocios S.A.C.	Urb. Casuarinas ii etapa Mz a1 lt 07
65	Pollería mundial	Urb Nicolás de Garatea Mz 14 lt 13
66	Pollería "Damaris"	AA.HH. La Molina Mz. a lt. 20
67	inversiones del norte Tony's S.A.C	Urb. Los Héroes Mz 12 lt 68
68	"Pollería cevichera limón y carbón"	A.H San Luis ii etapa Mz g lt 31
69	Inversiones Camijual EIRL	Av. Pacifico n° 370 Buenos Aires
70	"Pollos y Parrillas la Familia"	Urb. Cáceres Ara mayo Mz d' lt 54

Anexo 04:

Cuestionario



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**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 bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, de la Provincia del Santa, año 2019.

Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. Gestión de calidad

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

2.2. Referente a las técnicas administrativas: atención al cliente

16. ¿Conoce el 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 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.

Tabla 2. Características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Permanencia de la empresa en el rubro	0 a 3 años	IIIIIIIIII	12	40.0
	4 a 6 años	IIIIIII	8	26.67
	7 a más años	IIIIIIII	10	33.33
	Total	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	30	100.0
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIIIIIIIIIIIIIII	19	63.33
	6 a 10 trabajadores	IIIIIII	8	26.67
	11 a más trabajadores	III	3	10.0
	Total	IIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	30	100.0
Personas que trabajan en su empresa	Familiares	IIIIIIII	9	30.0
	Personas no familiares	IIIIIIIIIIIIIIII	21	70.0
	Total	IIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	30	100.0
Objetivo de creación	Generar ganancia	IIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	27	100.0
	Subsistencia	III	3	0.0
	Total	IIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	30	100.0

Tabla 3. Características de una gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conocimiento del termino gestión de calidad	Si	IIIIIIIIIIIIIIIIII	17	56.67
	No	IIIII	6	20.0
	Tiene cierto conocimiento	IIIIII	7	23.33
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII	30	100.0
Técnicas modernas de la gestión de calidad	Benchmarking		0	0.0
	Atención al cliente	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII	27	90.0
	Empowerment		0	0.0
	Las 5 S	I	1	3.33
	Outsourcing		0	0.0
	Otros	I	1	3.33
	Ninguno	I	1	3.33
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII	30	100.0
Dificultades del personal para la implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa	III	3	10.0
	Aprendizaje lento	IIII	4	13.33
	No se adapta a los cambios	IIIIII	5	16.67
	Desconocimiento del puesto	IIII	4	13.33
	Otros	IIIIIIIIIIIIIIIIII	14	46.67
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII	30	100.0

Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	22	73.33
	La evaluación	IIIII	6	20.0
	Escala de puntuaciones		0	0.0
	Evaluación de 360°		0	0.0
	Otros	II	2	6.67
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	30	100.0
La gestión de calidad mejorar el rendimiento del negocio	Si	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	30	100.0
	No		0	0.0
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	30	100.0
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa	Si	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	27	90.0
	No	I	1	3.33
	A veces	II	2	6.67
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	30	100.0
Sabe que es atención al clientes	Si	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	28	93.33
	No		0	0.0
	Tengo cierto conocimiento	II	2	6.67
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	30	100.0
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	Si	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	29	96.67
	No		0	0.0
	A veces	I	1	3.33
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	30	100.0
La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento	Si	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	30	100.0
	No		0	0.0
	Total	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	30	100.0

Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	Comunicación	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	26	86.67
	Confianza	II	2	6.67
	Retroalimentación	II	2	6.67
	Ninguno		0	0.0
	Total	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	30	100.0
Principales factores que utilizas para dar calidad al servicio que brinda	Atención personalizada.	IIIIIIIIII	12	40.0
	Rapidez en la entrega de los productos	IIIIIIIIIIIIII	17	56.67
	Las instalaciones		0	0.0
	Ninguna	I	1	3.33
	Total	IIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIII	30	100.0
La Atención que brinda a los clientes	Buena	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	27	90.0
	Regular	III	3	10.0
	Mala		0	0.0
	Total	IIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIII	30	100.0
Considera usted que se está dando una mala atención al cliente.	No tiene suficiente personal	III	4	13.33
	Por una mala organización de los trabajadores	III	4	13.33
	Si brindan una buena atención al Cliente	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	22	73.33
	Total	IIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIII	30	100.0
Resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente	Clientes satisfechos	IIII	14	46.67
	Fidelización de los clientes	IIIIII	8	26.67
	Posicionamiento en la empresa	IIII	5	16.67
	Incrementos en las ventas	III	3	10.0
	Total	IIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIII	30	100.0

Anexo 06

FIGURAS

Respecto a las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, del sector servicios, rubro pollerías en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018



Figura 1. Edad.

Fuente. Tabla 1

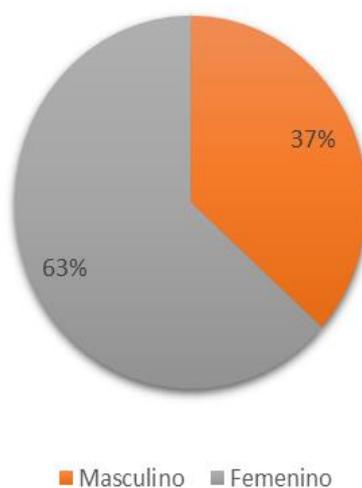


Figura 2. Género.

Fuente. Tabla 1



Figura 3. Grado de instrucción.

Fuente. Tabla 1

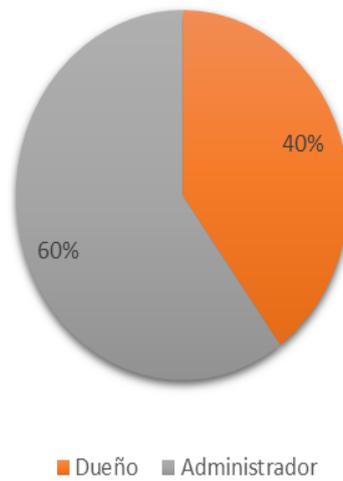


Figura 4. Cargo que desempeña.

Fuente. Tabla 1

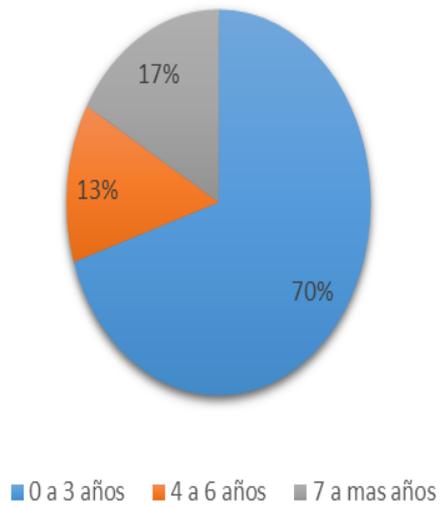


Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo.

Fuente: Tabla 1

Características de las Micro y pequeñas empresas, del sector servicios, rubro pollerías en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018

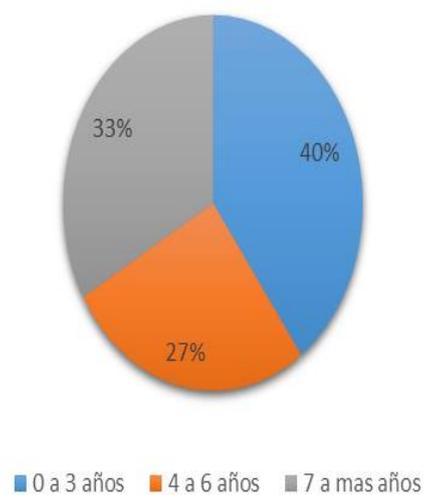


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.

Fuente. Tabla 2

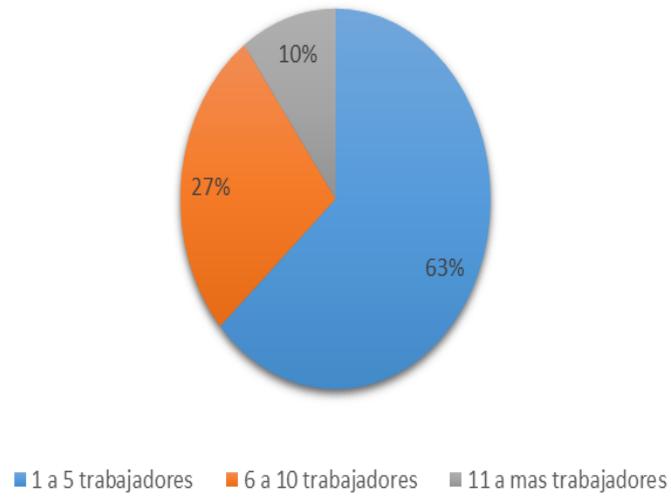


Figura 7. Número de trabajadores.

Fuente. Tabla 2

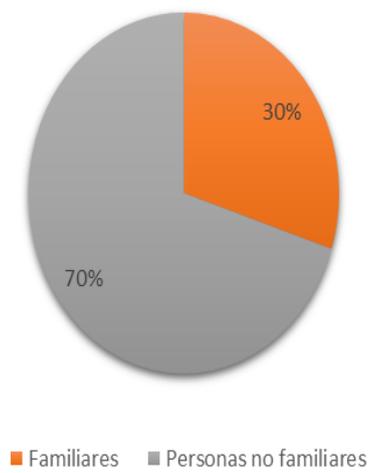


Figura 8. Personas que trabajan en su empresa.

Fuente. Tabla 2

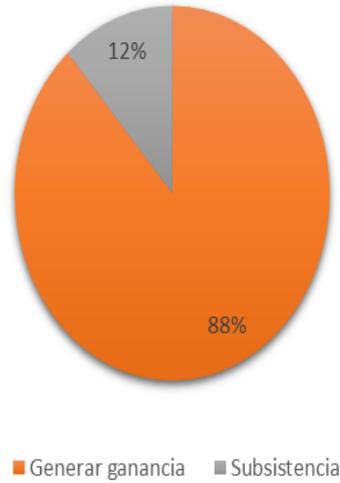


Figura 9. Objetivo de creación.

Fuente. Tabla 2

Características de una gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas, del sector servicios, rubro pollerías en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018

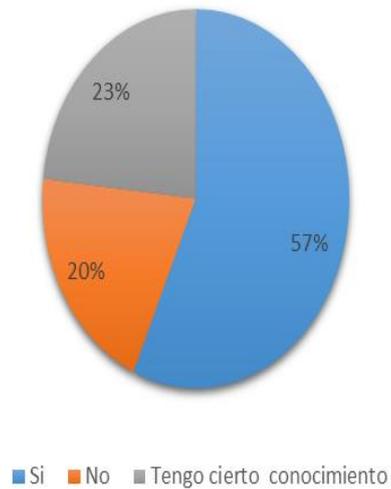


Figura 10. Conocimiento del termino Gestión de calidad.

Fuente. Tabla 3

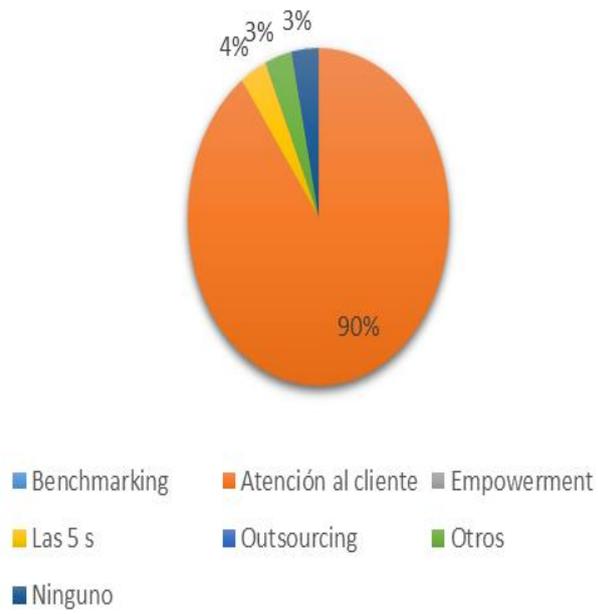


Figura 11. Técnicas modernas de la Gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

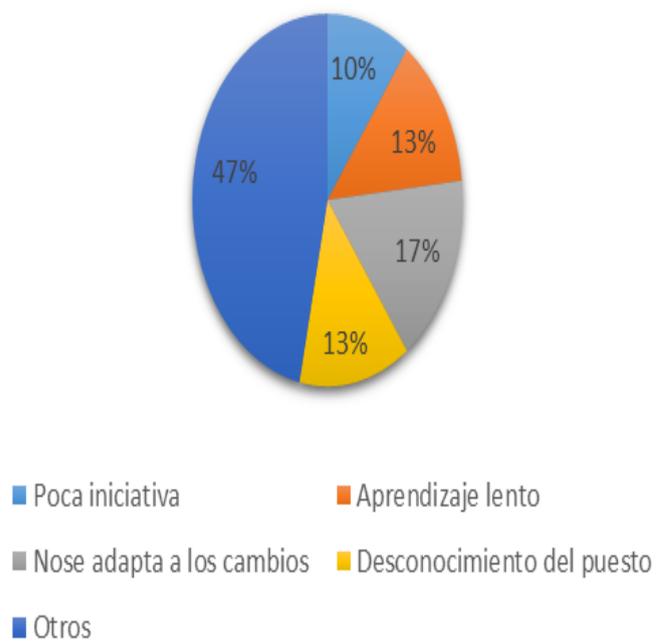


Figura 12. Dificultades del personal para la implementación de Gestión de calidad conoce.

Fuente. Tabla 3

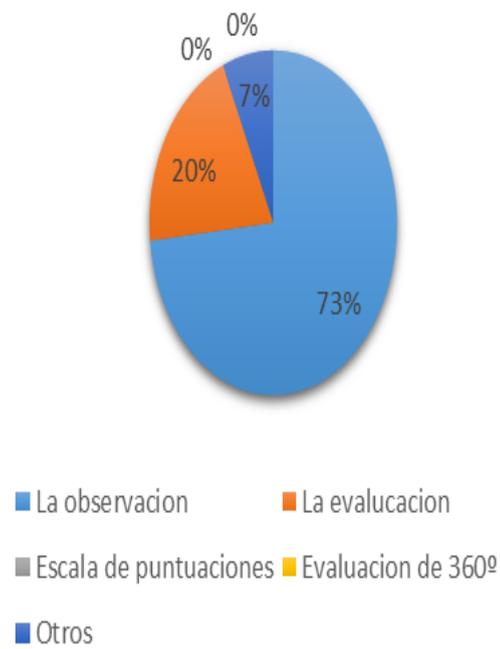


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal.

Fuente. Tabla 3

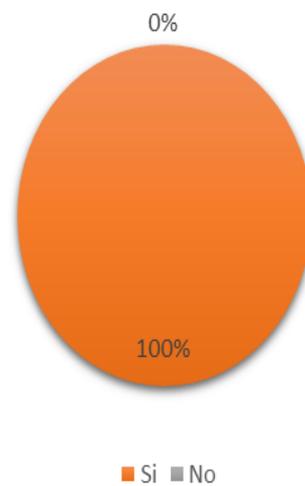


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

Fuente: Tabla 3

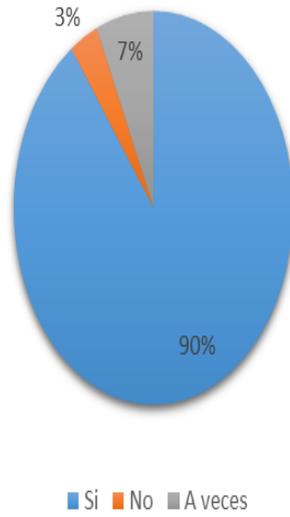


Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa.

Fuente. Tabla 3

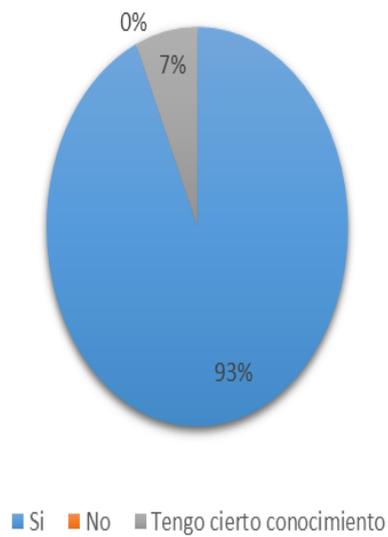


Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente.

Fuente. Tabla 3

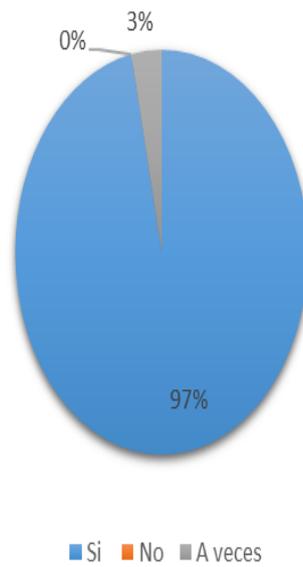


Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.

Fuente. Tabla 3

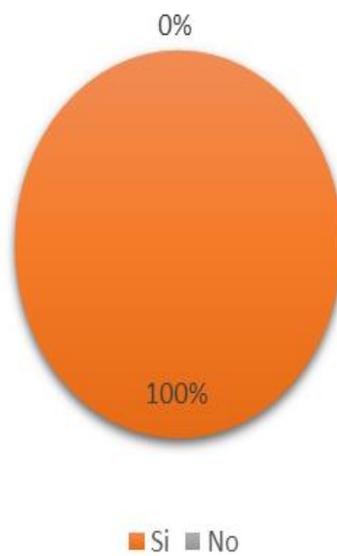


Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento.

Fuente. Tabla 3

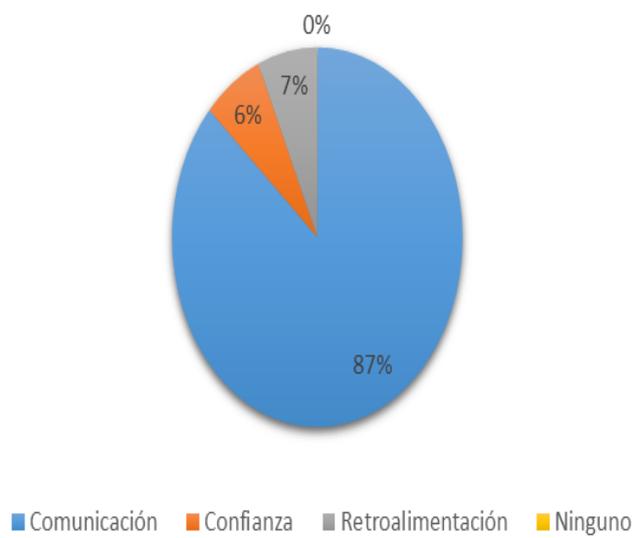


Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

Fuente. Tabla 3



Figura 20. Factores que utiliza para dar la calidad al servicio que brinda.

Fuente. Tabla 3

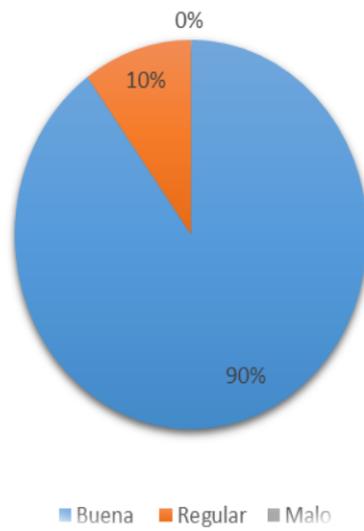


Figura 21. La atención que brinda a los clientes es.
Fuente. Tabla 3

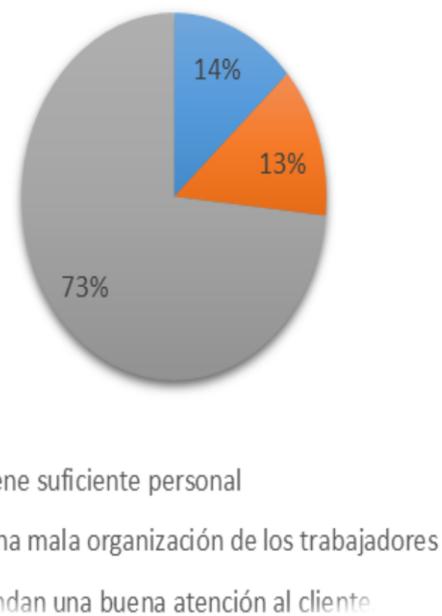
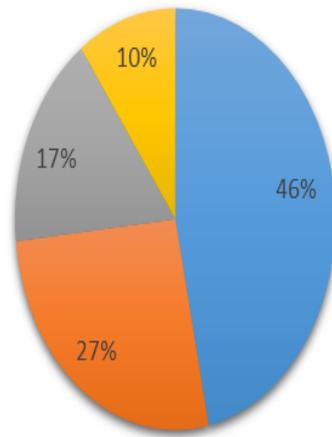


Figura 22. Considera que se está dando una mala atención al cliente.
Fuente. Tabla 3



■ Clientes satisfechos ■ Fidelización de los clientes
■ Posicionamiento de la empresa ■ Incremento en las ventas

Figura 23. Resultados logrados brindando una buena atención al cliente.

Fuente. Tabla 3