



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
SERVICIO, RUBRO ACTIVIDADES DE JUEGOS DE  
AZAR Y APUESTAS EN EL CASCO URBANO DEL  
DISTRITO DE CHIMBOTE, 2018

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

**AUTOR**

NIZAMA ATILANO, JERSON

ORCID: 0000-0001-9831-7935

**ASESOR**

Mgtr. MUÑOZ AGUILAR, ESTUARDO

ORCID: 0000-0002-9053-8175

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Nizama Atilano, Jerson

ORCID: 0000-0001-9831-7935

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

### **ASESOR**

Mgr. Muñoz Aguilar, Estuardo

ORCID: 0000-0002-9053-8175

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

### **JURADO**

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

#### **Presidente**

Mgr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

#### **Miembro**

Mgr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000- 0002- 5471-4549

#### **Miembro**

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

**Presidente**

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

**Miembro**

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000- 0002- 5471-4549

**Miembro**

Mgtr. Muñoz Aguilar, Estuardo

ORCID: 0000-0002-9053-8175

**Asesor**

## AGRADECIMIENTO

A Dios por ser el  
inspirador por darme  
fortaleza sabiduría y guiar  
mi camino.

A mi madre quien es mi motor y mi  
más grande inspiración, por  
haberme apoyado en todo instante,  
que, a través de su paciencia,  
buenos valores y amor, ayudan a  
trazar mi camino.

Y finalmente agradezco a mi  
docente Estuardo Muñoz Aguilar  
por compartirnos sus  
conocimientos a lo largo de la  
investigación, también por sus  
enseñanza y exigencia para la  
elaboración de mi tesis.

## DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo se lo dedico mi trabajo a Dios por ser el inspirador y el motivo de mi fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mi madre por su amor incondicional, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ella he podido llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A mi hermana y mi mejor amigo y ellos también han sido un apoyo importante y han hecho que el trabajo se realice con éxito, y a las personas que me brindaron sus conocimientos.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de juego de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo tuvo una población muestral de 9 mypes aplicando el cuestionario de 23 preguntas y los representantes. Se obtuvo los siguientes resultados que el 88.89% de encuestados tienen entre 31 a 50 años de edad, el 77.78% son varones, tienen grado de instrucción superior universitaria el 66.67%, el 100% tienen de 4 a 6 años como administradores, el 77.78% tienen en el cargo de 0 a 3 años, y también en el rubro, el 100% tienen como objetivo de creación generar ganancia, en la gestión de calidad en atención al cliente el 55.56% conocen como técnicas modernas de la gestión de calidad la atención al cliente, el 44.44% tienen como dificultad el desconocimiento del puesto y el 55.56% utilizan como técnica del rendimiento la observación, el 77.78% si conocen el termino de atención al cliente, si aplican a la gestión de calidad en el servicio y para la herramienta que utilizan para un servicio de calidad es la confianza y la comunicación. La investigación concluye que los representantes de las mypes conocen sobre gestión de calidad y contribuyen a mejorar el negocio, así como también conocen el termino atención al cliente.

**Palabras clave:** Atención al cliente, Gestión de Calidad, micro y pequeñas empresas,

## ABSTRACT

This research work aimed to determine the main characteristics of Quality Management in customer service in micro and small companies in the service sector, gambling and betting activities in the urban area of Chimbote district, 2018. The The research design was non-experimental - transversal - descriptive had a sample population of 9 mypes applying the questionnaire of 23 questions and the representatives. The following results were obtained that 88.89% of respondents are between 31 and 50 years of age, 77.78% are male, have a university degree of higher education 66.67%, 100% have 4 to 6 years as administrators, 77.78 % are in the position of 0 to 3 years, and also in the field, 100% have the objective of creating profits, in quality management in customer service 55.56% have as modern techniques of quality management attention to The client, 44.44% have as difficulty the ignorance of the position and 55.56% use as observation performance technique, 77.78% if they have the term of customer service, if they have a quality management in the service and for the tool that used for quality service is trust and communication. The investigation concludes that the representatives of the mypes have knowledge about quality management and consider that they improve the business, as well as we know the term customer service.

**Keyword:** Quality Management, micro and small, customer service.

## CONTENIDO

1. Titulo.....	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Jurado Evaluador y Asesor .....	iii
4. Agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstrac .....	vi
6. Contenido.....	viii
I.INTRODUCCIÓN.....	1
II.REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	7
III.HIPÓTESIS .....	33
IV. METODOLOGÍA.....	34
4.1 Diseño de investigación:.....	35
4.2 La Población y muestra .....	35
4.3 Definición y Operacionalización de la variables e indicadores.....	33
4.4 Técnica o instrumento para la recolección de datos: .....	36
4.5 Plan de análisis .....	40
4.6 Matriz de consistencia .....	41
4.7 Principios éticos.....	43
V. RESULTADOS.....	44
5.1 Resultados.....	44
5.2 Análisis de resultados .....	49
VI. CONCLUSIONES .....	56
Aspectos complementarios .....	57
Referencias Bibliográficas:.....	58
Anexos.....	62



## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro salas de juegos de azar y apuestas, del casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018. .....	44
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro salas de juegos de azar y apuestas, del casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018. ....	45
Tabla 3. Gestión de calidad con la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro salas de juegos de azar y apuestas, del casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.....	46

## **Figuras (Anexos)**

Figura 1. edad de los representante.....	76
Figura 2. genero de los representantes.....	76
Figura 3. grado de instrucción de los representantes .....	77
Figura 4. cargo que desempeña los representantes.....	77
Figura 5. tiempo que desempeñan en el cargo los representantes .....	78
Figura 6. tiempo de permanencia en el rubro .....	78
Figura 7. número de trabajadores .....	79
Figura 8. personas que trabajan en la empresa .....	79
Figura 9. objetivo de creación .....	80
Figura 10. conoce el término de gestión de calidad.....	80
Figura 11. que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce .....	81
Figura 12. que dificultades tiene los trabajadores que impiden la implementación de la gestión de calidad.....	81
Figura 13. técnicas para medir el rendimiento del personal .....	82
Figura 14. la gestión de calidad ayuda a contribuir el rendimiento del negocio .....	82
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa .....	83
Figura 16. conoces el término de atención al cliente.....	83
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes .....	84
Figura 18. Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento .....	84
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.....	85
Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda.....	85
Figura 21. La atención que brinda a los clientes .....	86
Figura 22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente.....	86
Figura 23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente .....	87

## **I. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad las micro y pequeñas empresas del Perú son de suma importancia en el desarrollo del país. Estas mypes representan el 99% de todos los negocios, las cuales casi en su mayoría contribuyen al Producto Bruto Interno (PBI) y obviamente son las que proporcionan empleo a los ciudadanos peruanos, esto alienta a los nuevos emprendedores del país, estas mypes ya están formadas desde hace muchos años y por ese motivo en su mayoría son informales. (Pantigoso, 2015)

Las mypes son muy importantes, porque como se dijo son las principales generadoras de empleo, también son herramientas de promoción de empleo puesto que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a personas de bajos recursos, con ello se da la oportunidad para que las personas que tienen bajos recursos económicos y no cuentan con empleos puedan empezar a trabajar lo que ayuda a reducir la pobreza en el país y asimismo a contribuir en la producción de la empresa y el crecimiento económico de Perú. (Tello, 2014)

Las micro y pequeñas empresas del sector servicio, actividades de juego de azar y apuestas. Tienen muchos problemas por la falta de capacidad y habilidad de los colaboradores, en cuanto a la atención al cliente tienen poca noción de lo que significa o refiere, ya que no aplican la técnica de manera correcta, solo de forma empírica.

Este problema no es a nivel nacional, sino también a nivel internacional. En Francia es uno de los países más desarrollados con respecto a las micro y pequeñas empresas tuvieron una pequeña polémica al sufrir de una tendencia baja en las exportaciones, en el año 2014 las entidades exportadoras apenas aumentaron 121,500 y se estabilizó en 2015, debido a esto tratan de mantenerse posicionados aplicando una

buena gestión de calidad, ya que para Francia es importante ampliar sus horizontes, al menos dentro de la unión europea y puedan brindar una buena atención al cliente para que se de esta manera puedan exportar y evolucionar más rápido que sus competidores (Upela, 2015)

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

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

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

La tendencia en el tema de la gestión de calidad en atención al cliente se debe a que, en el distrito de Chimbote, necesita de un apropiado servicio de atención al cliente, razón por la cual no puede distinguirse ni explotar las virtudes competitivas con las que cuenta. Lo cual ha trascendido en la cantidad de nuevos clientes y la lealtad de los clientes que ya han probado el servicio que han rebelado disgusto por parte de los clientes sobre la atención brindada en las micro y pequeñas empresas del rubro casinos originando quejas y descontento entre las personas. Por lo anteriormente expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de Gestión de calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juego de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018? Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de juego de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Para alcanzar el objetivo general se plantea los siguientes objetivos específicos: Establecer las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juego de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juego de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Describir las características de una gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juego de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

La presente investigación busca detallar la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juego de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018, valiéndose de herramientas administrativas, busca describir eficientemente la realización de las actividades internas de la organización, la esencia en las empresas es el nivel de servicio que se les da a los clientes, considerando como un valor adicional. La recopilación de información es necesaria para dar a conocer definiciones y conceptos sobresalientes, sin duda es un elemento de vital importancia a la hora de abordar temas como calidad, cliente, servicio, calidad de servicio, percepción y satisfacción del cliente. Un factor de relevancia y que justifica la relación del estudio con la necesidad de la empresa, conocer de parte de sus clientes, el nivel de servicio que ella otorga vía su recurso humano, elementos tangibles y todo aquel elemento que constituye o forma parte de la cadena de distribución de los productos de la empresa en el casco urbano de Chimbote.

En la investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo, fue no experimental porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad en atención al cliente; fue transversal porque el estudio de investigación se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un final específico y fue descriptivo porque en el estudio de investigación se desarrolló la realidad tal y conforma se presenta en la naturaleza.

Asimismo para el recojo de información se utilizó una población de 9 y una muestra de 9 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 23 preguntas: las 5 primeras preguntas están referidas a los datos de las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas; las 4 siguientes están referidas a las características de las micro y pequeñas empresas y finalmente las 14 últimas preguntas están referidas a cerca de las características de la Gestión de calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de juego de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Obteniendo los siguientes resultados: El 88.89% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas tienen un promedio de edad de 31 a 50 años, el 77.78% son de sexo masculino, el 67.67% tienen un grado de instrucción de superior universitaria, el 100% de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 4 a 6 años, su objetivo de creación es generar ganancias, el 77.78% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene cierto conocimiento del término gestión de calidad, el 100% consideran que la gestión de calidad contribuye con el rendimiento de su negocio, el 77.78% si conoce el término atención al cliente. La investigación concluye que la gran mayoría de los negocios

tienen al mando a personas innovadoras de sexo masculino que no tienen tanto tiempo de permanencia en el mercado, sin embargo, son ricos en conocimientos acerca de la gestión de calidad y atención al cliente, considerando que la aplican de una manera correcta pero solo lo hacen de una forma empírica, sirviéndoles como apoyo para mejorar la rentabilidad de sus organizaciones y de esta manera lograr el triunfo en el mercado.



## **II. REVISION DE LA LITERATURA**

### **2.1 Antecedentes**

#### **Antecedentes Internacionales**

Maggy (2018) el trabajo de investigación *Evolución de la calidad de atención en relación con la satisfacción de los usuarios de las salas de apuestas, casinos, bingos y tragamonedas*. (Guayaquil - Ecuador), Para realizar el trabajo de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Evaluar la afectación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de las salas de apuestas, casinos, bingos y tragamonedas. Para lograr el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Analizar lo referentes teóricos y la evidencia empírica de gestión de calidad la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de las salas de apuestas, casinos, bingos y tragamonedas. Identificar expectativas y percepciones de la calidad de atención de los usuarios que acuden a las salas de apuestas, casinos, bingos y tragamonedas, Diseñar un plan de mejora de la calidad de atención en los servicios las salas de apuestas, casinos, bingos y tragamonedas. La investigación aborda la problemática con respecto al referirse específicamente al servicio las salas de apuestas, casinos, bingos y tragamonedas, consideran la gran cantidad de personas que asisten diariamente a este negocio se ha visto la necesidad de determinar en qué medida este servicio está satisfaciendo las necesidades de sus usuarios de juegos para alcanzar la satisfacción del usuario. Por tal motivo se realizó la presente investigación la cual tuvo un alcance descriptivo: ya que, se analizó la cantidad del servicio en base a las cinco dimensiones, las cuales son aspectos tangibles, capacidad de respuesta, facilidad, seguridad y empatía, que consta de 21 preguntas de expectativas y 21 preguntas de percepción, con lo cual se puede determinar la satisfacción en base a la diferencia entre expectativas y percepciones; un valor positivo en esta diferencia representa insatisfacción al ser las expectativas más grandes que lo que recibió en el servicio; mientras que un valor negativo representa satisfacción al ser la percepción mayor que las expectativas que tenía. Los resultados se observaron en las dimensiones en donde existe insatisfacción de parte de los usuarios de los servicios las salas de apuestas, casinos, bingos y tragamonedas fueron tangibilidad, fiabilidad, seguridad y

empatía; mientras que capacidad de respuesta se consideró parcialmente satisfecho, ya que tanto expectativas como percepciones tuvieron bajas valoraciones.

Torrez (2016) el trabajo de investigación *Propuesta de indicadores de calidad de atención al cliente en una empresa de apuestas y juegos lúdicos* (México), Para realizar el trabajo de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Proponer indicadores clave de calidad del servicio al cliente en la de apuestas y juegos lúdicos que le permitan conocer el grado de satisfacción de sus clientes para lograr el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Que la empresa de apuestas y juegos lúdicos conozca mediante una encuesta las percepciones y expectativas de los clientes de las empresa de apuestas y juegos lúdicos respecto al servicio otorgado. Conocer y analizar la situación actual de la empresa de apuestas y juegos lúdicos, en cuanto al servicio. La investigación aborda la problemática con respecto al servicio de atención al cliente en la empresa, es decir no se tiene la experiencia ni la preparación suficiente para dar un enfoque de servicio de atención al cliente de la empresa es decir no se tiene experiencia ni la preparación suficiente para dar enfoque de servicio, pero lo realmente preocupante, es que no se conoce el grado de satisfacción del cliente, Se emplearán la investigación descriptiva, ya que se describirían las características del servicio al cliente de la empresa de apuestas y juegos lúdicos, así como las tendencias de sus clientes respecto a las percepciones que tiene a servicio recibido. Se le aplico el cuestionario clasificación ABC a 145 personas de las cuales clientes tipo “A” son 36 clientes tipo “B” con 51, clientes tipo “C” son 58. Los resultados fueron obtenidos los clientes tipo “A” siendo un total de 36, representan el 80.84% de las ventas totales, lo tipo” con 51 constituye 14.97% mientras que los 58, equivalen al 4. 19% restante.

Maroto (2015) en su de investigación: *La gestión administrativa y la satisfacción del cliente del Casino El rey*, tuvo como objetivo general: Determinar cuáles son los factores determinantes de la Gestión Administrativa que están influyendo en la Satisfacción del Cliente del Casino El Rey, y planteó los siguientes objetivos específicos: Diagnosticar la importancia que se da a la Gestión Administrativa del Casino El rey como puntal para el desarrollo del negocio. Analizar el nivel de Satisfacción de los clientes de la empresa del Casino El rey, relativos a la gestión administrativa. Diseñar un Plan de mejoras de la gestión administrativa para el Casino El Rey para lograr un elevado nivel de Satisfacción del Cliente. La metodología que

utilizo fue inductiva-deductiva, y en base a las opiniones de los involucrados, y utiliza una muestra de (132 clientes y 5 personal de la empresa) de una población de 200 clientes frecuentes y 5 personal de la empresa, a quienes se les aplico un cuestionario a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 40.9% opinan que frecuentemente las metas propuestas reflejan un diagnóstico de la situación actual de la empresa, el 46.97% de los encuestados, ha informado que solo a veces se consideran los aspectos de atención y servicio al cliente para que sean logrados eficientemente, el 56.1% de los clientes externos manifestaron, que siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en el Casino El rey, el 55.3% de los clientes externos de la empresa “El Rey” siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados, ya que cuentan con el conocimiento suficiente para hacerlo, 41,67% opina que solamente a veces se distingue una mejora en la producción y en el nivel de vida de los habitantes por influencia de la empresa El Rey en el cantón Salcedo, el 45.45% manifestaron que siempre será necesario implementar un plan de mejora de la gestión administrativa de la empresa El Rey, el 100% manifiesta que nunca ha existido ningún tipo de malestar por la atención recibida de parte de los asesores y vendedores de la empresa El Rey, el 100% manifiesta que existe una atención con normalidad en la empresa El Rey del cantón Salcedo, 76.5% la calidad de la atención influye en su nivel de satisfacción personal, 79.55% mencionaron que siempre el servicio de asistencia técnica de la empresa El Rey, la investigación concluyó que: Los niveles de satisfacción del cliente que maneja la empresa de insumos agrícolas El Rey del cantón Salcedo, tienen diversos indicadores referentes tanto a la atención como a la satisfacción de las demandas de los clientes, entre ellos se debe considerar que: Según el 56.1% de los clientes externos siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en la empresa El Rey. Según la mitad de los encuestados (49.24%), el monitoreo de la actividad realizada por el personal de servicio técnico ocurre solamente a veces. Para el 55.3% de los clientes externos de la empresa El Rey siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados. La estrategia administrativa más útil para mejorar la situación negativa de El Rey y lograr altos niveles de satisfacción de los clientes, según la mayoría de los encuestados, será implementar un plan de mejora de la gestión administrativa para la empresa (45.45%). La investigación concluyó que: En la empresa El Rey las metas

propuestas no reflejan un diagnóstico de la situación actual de la empresa casi para la mitad de ellos. Para el 46.97% de los encuestados, solo a veces se consideran los aspectos de atención y servicio al cliente para que sean logrados. Casi nunca (44.70%) o a veces (37.88%), existe un impacto elevado de la difusión publicitaria empleada en la empresa. No se exhibe la misión y visión institucionales. Casi la mitad de los encuestados (49.24%) de la empresa El Rey, manifestaron que solo a veces, ha podido notar un nivel de desarrollo convincente de ésta empresa. Los niveles de satisfacción del cliente que maneja la empresa El Rey del cantón Salcedo, tienen diversos indicadores referentes tanto a la atención como a la satisfacción de las demandas de los clientes, entre ellos se debe considerar que: Según el 56.1% de los clientes externos siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en la empresa El Rey. Según la mitad de los encuestados (49.24%), el monitoreo de la actividad realizada por el personal de servicio técnico ocurre solamente a veces. Para el 55.3% de los clientes externos de la empresa El Rey siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados. La empresa El Rey, definitivamente, no realiza negocios a través del Internet, aunque esta distribuidora de productos agroquímicos dispone de oficinas propias desde las cuales realiza su servicio de atención a los clientes. Existe una buena aplicación del Merchandising, por lo que la distribución técnica de la mercadería, tanto de productos como de insumos en las estanterías de El Rey, permite localizarlos fácilmente y conocer de inmediato su precio. La atención recibida según el 36.36% de las respuestas, solo a veces les deja satisfechos, aunque esta atención, en todos los casos se realice con rapidez, oportunidad y especialidad. Según la opinión de los clientes (37.88%), solamente “a veces”, El Rey dispone de toda la gama de productos demandados por los clientes siendo un servicio de atención generador de confianza (79.55%). La estrategia administrativa más útil para mejorar la situación negativa de El Rey y lograr altos niveles de satisfacción de los clientes, según la mayoría de los encuestados, será implementar un plan de mejora de la gestión administrativa para la empresa (45.45%)

### **Antecedentes Nacionales**

Antúnez (2017) en su trabajo de investigación: *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro Juegos de mesa y azar, en la ciudad de Huarmey, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las

principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Juegos de mesa y azar, en la ciudad de Huarmey, 2016. Se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro Juegos de mesa y azar, en la ciudad de Huarmey, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro Juegos de mesa y azar, en la ciudad de Huarmey, 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Juegos de mesa y azar, en la ciudad de Huarmey, 2016. La investigación tiene la siguiente metodología: Para la elaboración del presente trabajo se utilizó el diseño no experimental –transversal – descriptivo. Fue no experimental, porque la investigación se realizó sin manipular la variable gestión de calidad en atención al cliente, se observó el fenómeno tal como se funciona dentro de las micro y pequeñas empresas rubro Juegos de mesa y azar, de la ciudad de Huarmey, sin modificación alguna. Transversal, porque el estudio se realizó en un determinado tiempo, donde se tuvo un inicio y un fin específicamente el año 2016. Descriptivo, porque solo se describió las características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas, y de la variable Gestión de calidad en atención al cliente. La población es determinar la población del presente estudio de investigación se realizó un sondeo obteniendo una población de 26 micro y pequeñas empresas perteneciente al sector servicio - rubro Juegos de mesa y azar. Y se determinó una muestra dirigida de 22 micro y pequeñas empresas las que aceptaron participar en la investigación. El criterio de selección de la muestra estuvo en función de la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas. Se obtuvo los siguientes resultados: el 72.2% de edad de los representantes es de 51 años a más, el 63.6% son de sexo masculino, el 45.5% su grado de instrucción tiene estudios superiores, el 63.3% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 59.1% son formal, el 68.2% tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, el 59.1% si conocen de gestión de calidad, el 40.9% tiene como técnica de gestión la mejora continua, el 50% tiene como prioridad planificar sus actividades, el 36.4% tiene buen trato en los clientes, el 45.5% contratan mayormente a sus familiares, el 54.5% no capacita a los colaboradores, el 50% de los factores externos es la

innovación del producto, el 59.1% contribuye una atención de calidad y aumenta sus ventas. La investigación concluye que: Respecto a las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro Juegos de mesa y azar, en la ciudad de Huarney son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior. Respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas, la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro Juegos de mesa y azar en la ciudad de Huarney son informales, con un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores. Respecto a las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente, la mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de los micro empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría los representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mype tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

Goicochea (2016) en su trabajo de investigación *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro salas de juegos del distrito de Villa María del triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015*, plantea el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro salas del juegos del distrito de Villa María del triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015, Para lograr el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro salas del juegos del distrito de Villa María del triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015,

Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro salas de juegos del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015, Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- sector servicio - rubro salas de juegos del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015, con respecto a la metodología empleada. la investigación fue tipo cuantitativa - nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, para el recojo de la información se escogió una muestra poblacional de 10 MYPE en el rubro salas de juegos del Distrito de Villa María del Triunfo, a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: respecto a los representantes legales de las MYPE: el 100% son de nacionalidad peruana, el 80% tiene entre 31 y 50 años de edad, y el 70% son del género masculino. Respecto a las micro y pequeñas empresas: el 60% tiene de 7 a más años de funcionamiento en el mercado, y el 60% tienen de 1 a 4 de trabajadores. Respecto a la gestión de calidad: 80,0 % de la población encuestada, aseguran que, sí tienen conocimiento sobre el significado de gestión de calidad mientras, que el 10,0 % no tienen conocimiento del significado de gestión de calidad, también se obtuvo que el 30 % de la población, desarrolla políticas de calidad en el restaurante; mientras que el 70% no desarrolla políticas de calidad.

Rodríguez, M. (2016) en su trabajo de investigación: *La gestión de calidad y competitividad de las MYPES en el sector servicio- rubro salas de juegos en el Distrito de Juanjuí, Año 2016*. Para realizar el trabajo de investigación se planteó el siguiente objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en el sector servicio- rubro salas de juegos en el Distrito de Juanjuí, Año 2016. Para lograr el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las MYPES en el sector servicio- rubro salas de juegos en el Distrito de Juanjuí año 2016. Determinar las características de las MYPES en el sector servicio- rubro salas de juegos en el Distrito de Juanjuí año 2016. Determinar las características de Competitividad de las MYPES en el sector servicio- rubro salas de juegos en el Distrito de Juanjuí año 2016. Determinar las características de Gestión de Calidad de las MYPES en el sector servicio- rubro salas de juegos en el Distrito de Juanjuí año 2016.

La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Fue descriptiva y se escogió una muestra de 6 microempresas, aplicando un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Los representantes legales de las MYPES el 66.7% tienen de 31 a 50 años, son de sexo masculino 83.3%, el 66.7% tienen grado de Profesional Universitario. De la Empresa el 100.0% de las MYPES son formales, El 50.0% de las MYPES de las empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado, Menos de 10 trabajadores permanentes es de 100.0%, y menos de 10 trabajadores eventuales es de 100.0%. El 100.0% de las MYPES afirma que La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. La mayoría de las MYPES ha usado las técnicas del Benchmarking al 66.7%. La conclusión más significativa obtenida de este estudio De la Empresa el 100.0% de las MYPES son formales, El 50.0% de las MYPES las empresas tienen más de 4 años de permanencia en el mercado, El 100.0% de las MYPES afirma que La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

### **Antecedentes Locales**

Barrientos (2017) en el trabajo de investigación *Calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la sala de juegos las vegas – Chimbote* (Perú) Para realizar el trabajo de estudio se planteó el siguiente objetivo general: Determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción al cliente en la sala de juegos las vegas de Chimbote. Para lograr el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Identificar el nivel de calidad de servicio en directivos y colaboradores de la sala de juegos las vegas de Chimbote, determinar el nivel de satisfacción al cliente en la sala de juegos las vegas de Chimbote, comparar la relación que existe entre nivel de calidad de servicio y nivel de satisfacción al cliente en sala de juegos las vegas de Chimbote. La investigación aborda la problemática donde se constató que la atención al cliente lamentablemente se otorga prioridad a las órdenes, mandatos, urgencias de ciertos clientes, en desmedro de novatos o mayoría de asistentes, también se notó escasez en relaciones interpersonales, ausencia de prácticas afectivas, escasa comprensión a problemas cotidianos, casi nula reflexión de aspectos vivenciados por personas de la tercera edad que necesitan constante asesoramiento en



el interior del casino. Por tal motivo se realizó la presente investigación descriptiva, nivel correccional porque identifica plenamente la relación entre dos variables de estudio, representa por 31 personas: administrativos y colaboradores que respondieron al cuestionario de calidad de servicio y 30 clientes que contestaron al cuestionario de satisfacción al cliente. Aplico los siguientes instrumentos cuestionario de calidad de servicio y el cuestionario de calidad de servicio y el cuestionario de satisfacción al cliente. Los resultados fueron obtenidos. Las medidas aritméticas demostraron científicamente la situación problemática, detectada previamente en etapa facta perceptual 6.71 en calidad de servicio, ubicada en nivel bajo, reflejo deficiencias en dimensiones: motivación, liderazgo, habilidades y comunicación 7.21 en satisfacción del cliente indico debilidades en dimensiones: empatía, responsabilidad, seguridad y confiabilidad.

Rodríguez, Y. (2017) en el trabajo de investigación *La Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro salas de juegos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*, La presente investigación tuvo por 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 salas de juegos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. La investigación fue tipo descriptivo – correlacional, nivel aplicada, de diseño no experimental/ transversal, se utilizó una muestra de 266 clientes de una población de 214, 804 a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 32 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: Respecto a la Gestión de Calidad: Los clientes consideran que el 55,6% de los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna. El 58,3% de los dueños a veces si, a veces no capacita a los trabajadores para atender a los clientes. El 64,7% considera que el funcionamiento de los productos casi siempre es de calidad. Respecto a la atención al cliente: El 49,2% considera que el proceso de atención casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. El 56,8% considera que casi siempre atienden bien a los clientes. El 64,7% menciona que siempre el servicio y atención recibida es bueno. Respecto a la fidelización: El 67,7% nunca cambiaría donde acostumbra comprar por otra. El 81,2% está satisfecho con el servicio recibido. Se concluye que: La gestión bajo el enfoque de atención al cliente influye en la fidelización de las micro y pequeñas

empresas del sector servicios – rubro salas de juegos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

Obando (2016) en su trabajo de investigación: *Caracterización de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Salas de Apuestas en el Distrito de Chimbote, año 2015*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Salas de Apuestas en el Distrito de Chimbote, año 2015. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los clientes ya que es importante conocer su percepción sobre la capacitación del personal en atención al cliente, siendo este el que evalúa la calidad del servicio en Salas de Apuestas en el Distrito de Chimbote. Identificar las principales características de la capacitación de personal en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas de los Salas de Apuestas en el Distrito de Chimbote. La investigación tiene la siguiente metodología: La investigación fue de diseño no experimental transaccional, porque se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único. Siendo su propósito describir la variable en estudio. En cuanto al tipo de investigación, es descriptiva y de nivel cuantitativo, porque se buscó describir la capacitación en atención al cliente en las MYPE del rubro Salas de Apuestas en el Distrito de Chimbote, año 2015. La población para este estudio fueron los clientes de las MYPE del Sector Servicios - del rubro Salas de Apuestas en el Distrito de Chimbote, de los cuales se consideró a 13 establecimientos, a los cuales se les consultó sobre la cantidad de clientes en el periodo de un mes, acto seguido se totalizó las cantidades proporcionadas por los establecimientos y se prescribió una población de 6210 clientes; de la cantidad mencionada se determinó una muestra de 362 clientes a través del muestreo aleatorio estratificado. Se obtuvo los siguientes resultados: el 35,9% de los encuestados tienen de 36 a 45 años de edad, el 51,4% de los encuestados son de género masculino, el 84,5% manifestaron tener un grado de instrucción superior no universitario, el 30,1% manifestaron que los empleados de la sala de apuestas son poco amables, el 44% manifestaron que es muy aceptable la apariencia de los empleados ya que tienen una apariencia impecable, el 41% manifestaron que pocas veces el personal sala de apuestas orienta al cliente adecuadamente de acuerdo su necesidad, el 48%

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

fiabilidad y la capacidad de respuesta son mínimas, esto se debe a que no se cumple con capacitarlos correctamente desde el inicio del proceso de inducción, el entrenamiento y formaciones básicas.

## **2.2 Bases teóricas de la investigación**

### **Micro y pequeñas empresas**

Las micro y pequeñas empresas son las que están por creadas por personas ya sean naturales o jurídicas las cuales desean emprender un proyecto de inversión el cual les ayude a surgir económicamente de igual manera “La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica” ley 28015 (2003) (p.20) Cuando esta ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las micro y pequeñas empresas, las cuales, no obstante, tienen tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las microempresas. Tal como lo menciona Ponce y Zevallos (2017)

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) son un conjunto heterogéneo de unidades (en términos, sector, región, tipo de producto/ servicio desarrollado, etcétera). Que ha aumentado sosteniblemente en las últimas décadas en América latina. Las MYPES constituyen un creciente sector en la economía, llegando a representar en algunos países hasta el 90% de todas las unidades económicas. Tienen gran potencial para los países en desarrollo, fundamentales por su contribución al PBI, la generación de empleo y la reducción de las desigualdades regionales; así como por su potencial de desarrollo innovador. (p.48)

Sin embargo, muchos de estos pequeños negocios son ilegales y no trabajan de acuerdo a ley lo cual está penado y esto debería cambiar ya que así el país no se desarrolla adecuadamente y la razón es porque muchas de estas micro empresas están dispersas y dificulta identificarlas debido a su tamaño y al problema de información que aún existe alrededor de muchos de estos agentes económicos.

## **Características de las micro y pequeñas empresas**

En la actualidad las características de las mypes se determinan por el volumen máximo de ventas realizadas anualmente, dejando de lado el número de trabajadores el cual hacía alusión la ley anterior. Para poder ser consideradas micro y pequeñas empresas deben vender hasta un monto máximo de 150 UIT, para ser catalogada como pequeñas empresas estas no deben sobrepasar las ventas anuales de 1700 UIT y para hacer medianas empresas no deben exceder 2300 UIT tal como la manifiesta la ley 30056:

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecida en función de sus niveles de ventas anuales: micro empresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT). Pequeñas empresas: ventas superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT)

Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalando para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el ministerio de economía y finanzas y el ministerio de la producción cada dos años (p.09)

Las micro y pequeñas empresas deben vender hasta el máximo de 150 unidades impositivas tributarias lo que significa a S/. 622,500 y un monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias lo que significa S/. 7,055,000.

Las medianas empresas deben vender hasta el máximo de 1700 unidades impositivas tributarias es decir S/. 7,005,000 y hasta el monto máximo de 2300 unidades impositivas tributarias eso significa S/. 9,545,000.

## **Importancia de las micro y pequeñas empresas**

Si bien es cierto las MYPES son un componente muy importante para nuestra economía y también fueron creadas con el fin de ofrecer empleo y oportunidades a las personas con bajos recursos económicos para que estos puedan sobresalir, como también contribuye en de una manera eficiente a disminuir el alto índice de desempleo en nuestro país. Y así el Perú crece económicamente y las personas más necesitadas pueden lograr su objetivo de salir adelante

Los pequeños negocios no son un éxito solo en nuestro país sino también en otros muchos, ya que las micro empresas se han desarrollado velozmente gracias a muchos emprendedores y en su mayoría persona naturales que poco a poco han ido creciendo y ahora son empresas grandes, como se sabe todo proyecto nace de una idea y es así como contrarrestamos la deficiencia económica del Perú.

## **Gestión de calidad**

La gestión de calidad no solo se centra en la satisfacción del cliente o en la calidad del producto que se le da, sino en el aseguramiento que le da la calidad así el cliente se siente en confianza con la empresa y puede retornar y recomendar a dicha empresa ya que salió satisfecho con el servicio o producto brindado, “Las normas ISO están orientadas a ordenar la gestión de una empresa en distintos ámbitos. La alta competencia internacional a nivel económico y comercial ha generado la necesidad de fijar estándares de funcionamiento, operatividad y atención a sus clientes” (Quiroz, 2018, p.29)

En la cita anterior sobre las normas ISO nos dice que esta ley es la encargada de poner orden en cómo se va a desarrollar la empresa ya sea por su funcionamiento,

operatividad y sobre todo la atención a sus clientes lo cual es la más importante en una organización ya que gracias a los clientes la empresa podrá seguir avanzando hasta que estos mismos lo decidan.

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

Algunos males endémicos de las empresas de las últimas décadas:

El espíritu proteccionista, favorecido por la política frente a la competencia extranjera, la falta de hábito competitivo derivada de lo anterior, la tradicional rigidez laboral aprendida de un régimen que no permitía la huelga ni confrontación de las clases económicas ni las reivindicaciones colectivas; la falta de competencia enfrentada a la presencia e irrupción de agresivas empresas extranjeras. (p.20)

### **Alcances de la gestión de calidad**

Según Riquelme (2017) Su único objetivo no es solo la calidad del producto o servicio, también tiene en cuenta los medios para poder obtenerla. Para ello utiliza el control de los procesos dado en cuatro componentes:

Uno de ellos es el planteamiento, es aquí donde se plantea todo el proceso a seguir para conseguir los objetivos de la calidad, otro de los componentes es el control, donde se supervisa constantemente para detectar a tiempo posibles fallas, asimismo el

aseguramiento, donde se pone a prueba tanto el proceso como el producto obtenido se comprobar el objetivo, y el último componente es el de Mejoras, donde se lleva a cabo tanto en el producto como en el proceso, con el único fin de lograr mejores resultados.

### **Elementos de un sistema de gestión de calidad**

Existen 5 elementos de gestión de calidad, uno de ellos es la estructura organizacional, aquí hace referencia a la jerarquía de funciones y responsabilidades que pauta una empresas para alcanzar sus objetivos, tomando en cuenta las funciones y tareas que se le delimito a cada empleado; otro de los elementos es la planificación, aquí es donde se constituye al conjunto de las actividades que hace posible dibujar un mapa para lograr los objetivos establecidos; asimismo; tenemos los recursos, que es todo aquello necesario para llegar a los objetivos de la compañía (equipo, infraestructura, dinero para invertir, personas), también tenemos los procesos, que son el conjunto de actividades que transforman materias en productos o servicios y el ultimo componente es el procedimiento, que son las formas de llevar a cabo el proceso, el conjunto de pasos detallados a seguir para transformar el material en producto o servicio.

### **Importancia**

Es muy importante para una organización contar con un sistema de gestión de calidad, ello garantiza la excelencia de los productos, servicios y procesos internos de una compañía. Las organizaciones que implementan los programas de gestión de calidad usan su propia información para identificar debilidades, fallas, áreas de mejora y fortalezas. Esto le da a la organización la oportunidad de establecer estándares, realizar ajustes cuando sea necesario y ofrecer un valor mayor total a su base de



clientes. Cuando las empresas se centran en la gestión de calidad crean un plan para el éxito (p.65)

### **Principios de la gestión de calidad**

Toda empresa cuenta con sus principios y mediante estos los cuales se rige porque tiene que cumplir todos los “requisitos” por decirlo así para que sea un negocio bien encaminado a que todo proyecto tiene que buscar siempre la mejora continua, siempre estar innovando para que no tenga problemas a futuro.

Los principios de la gestión de calidad son por lo que se guía una organización y se orienta hacia la mejora y el mejor desempeño de estas. Así mismo el comité técnico ISO/TC 176 (2015) nos dice que:

Esta norma internacional se basa en los principios de la gestión de la calidad descritos en la norma ISO 9000. Lo cuales son: enfoque al cliente, liderazgo, compromiso de las personas, enfoque a procesos, mejora, toma de decisiones basada en la evidencia, gestión de las relaciones. (p.8)

En el enfoque al cliente la empresa tiene que tener en cuenta todo lo que el cliente demanda ya que este es el que se tiene que ir satisfecho y si es así e genera confianza y se volverá un cliente asiduo.

Con respecto a liderazgo, el propósito de los lideres es orientar o capacitar a sus colaboradores para que estos sepan cómo mantener un ambiente agradable que se refleje tanto en el interno como externo de la empresa.

En el compromiso de las personas se refiere básicamente a la participación del personal pues es este, el que da la cara por la organización ya que este es el que atiende

al cliente y depende del trato que el personal de al cliente, y este se lleve una buena impresión de la empresa por la atención que se le dio para poder regresar.

El principio del enfoque en procesos se refiere a la eficiencia del cumplimiento de los procesos que nos debemos enfocar en cumplir cada paso y así poder llegar o lograr el objetivo planeado.

La mejora, como ya se sabe la mejora continua tiene que estar presente en toda organización, todas las empresas deben actualizarse ya sea en tecnología como también en la forma de desarrollar sus actividades laborales, en la manera de pensar, tener siempre presente que la empresa es lo primordial para el desarrollo del país.

Para una buena toma decisiones se tiene que recolectar información y esto se tiene que tomar en cuenta para poder crear nuestra empresa, se tiene que hacer un estudio previo de mercado para poder saber qué negocio sacra al mercado exactamente, saber que necesita el cliente y encontrar la manera de satisfacer su necesidad a través del producto o servicio que la empresa brinde.

La gestión de relaciones básicamente se refiere a que después de haber hecho realidad nuestra idea de negocio y también habernos establecido en el mercado tenemos que tener como toda empresa a los proveedores ya que sin estos no tendremos insumos con que trabajar o producir rentabilidad económica.

### **La atención al cliente**

La atención al cliente es la más importante en una organización o empresa ya que depende de este si nosotros creamos valor o no, por valor se refiere a confianza con el cliente y que este se sienta bien y satisfecho con la atención que se les da y así el proyecto surge y se hace más conocido tal como lo afirma López, Pérez y Pérez (2013)

Fidelizar a la clientela es uno de los objetivos de prácticamente cualquier empresa y para ello, la empresa tiene que conseguir que el cliente se sienta bien atendido y que sus necesidades hayan sido satisfechas con la adquisición del producto o la realización del servicio contratado.

Por ello, gestionar adecuadamente la atención con los clientes y en concreto su satisfacción, es determinante para el éxito o el fracaso de la empresa. Las compañías más conscientes de ello tratan de encajar dos piezas fundamentales: empleados y clientes pues les otorga una ventaja competitiva sobre las demás.

### **Principios de la atención al cliente**

En la atención al cliente existe una serie de principios sobre los que se construye cualquier sistema de relación con el cliente, nos dicen que el cliente es la persona más importante y de la cual depende la empresa, un cliente jamás interrumpirá nuestra labor, no podemos discutir con el cliente ya que como dice el dicho “el cliente siempre tiene la razón”, esta persona va a nuestra empresa con el fin de adquirir nuestro servicio o producto para que se le satisfaga una necesidad y nosotros debemos proporcionárselo de la forma más beneficiosa para las ambas partes y por último el cliente no es solo un número más, tiene sentimientos y se le debe respetar. (p.53)

Estos principios son muy importantes tanto para los colaboradores, como para los empleadores puesto que estos se tienen que aplicar en cada negocio punto de iniciar o ya en camino, son muy pocas empresas que aplican todas y cada uno de estos principios por eso la razón de este proyecto de investigación ya que se busca hallar la razón de porque existen las insatisfacciones o la mala atención en algunas empresas.

### **La atención al cliente como estrategia**

La atención al cliente es una estrategia que no todos los micro empresarios saben utilizar ya sea por falta de visión, mal información, falta de capacidad de liderazgo o simplemente porque no quieren aplicarla es por eso que es necesario tener a gente con

experiencia o sino la tienen darles la oportunidad de aprender el manejo o trato con a la gente o sus futuros clientes y así se crearían empresas muy exitosas. Goodman (2014) afirma que:

La visión estratégica de la atención al cliente exige pensar en la función no como un centro de costos a minimizar sino como una diferencia competitiva, una máquina de retención y generación de ingresos, y un proceso de gestión de boca a boca. Esto comienza cuando se entiende el verdadero papel que la experiencia del servicio juega en su empresa y el gran impacto de la atención en su desempeño.

### **Medidas para la satisfacción del cliente**

Para llegar a satisfacer a nuestros clientes se debe tomar unas medidas necesarias las cuales son: tratar la menos posible de provocar problemas a los clientes por ser la primera vez en nuestra empresa, al ser un trabajador de la empresa del rubro que sea, el cliente siempre va tener sus preguntas y tenemos que responderla de la manera más efectiva posible para que no se quede con esa inquietud, habiendo resuelto la duda de cliente se le puede aprovechar para ofrecerle productos o servicios de mejor calidad para así crear una conexión con el cliente. Por último y más importante para desarrollar todos estos principios la organización debe políticas para poder prevenir los problemas y poder generar satisfacción al cliente. (p.67)

Asimismo, la satisfacción del cliente va de la mano con el buen clima laboral, al buen ambiente del local y sobre todo la buena calidad de atención, un cliente satisfecho significa que nos aseguramos la llegada de más nuevos clientes y por lo consiguiente la empresa comenzara a crecer y hacer más conocida.

### **Calidad de servicio**

Es definida como “actitud colectiva, basada en visiones amplias, misiones compartidas y enlazadas con propósitos futuros, que se expresan en mejoramientos continuos, flexibles de procesos institucionales y de satisfacciones plenas en los

usuarios” (García, 2013, p. 8). Toda calidad posee 4 criterios: filosofía centrada en dedicación total al cliente, excediendo sus expectativas; proceso, basado en formalidad y estructura de los pasos para lograr la calidad; herramientas como factores y aspectos asociados con esfuerzos de mejora; resultados, en base a los objetivos que persigue la empresa

### **Teorías acerca de satisfacción al cliente**

Satisfacciones ampliadas hacia reclamos, sugerencias, planteamientos de inquietudes acerca del producto adquirido o servicio recibido. También hacia solicitud de informaciones adicionales, prestaciones técnicas, opciones y alternativas que ofrecen las diversas áreas empresariales hacia sus consumidores.

Sostiene López (2014) que “la satisfacción al cliente diferencia las empresas, motivo consustancial para cambios en el trato y ofertas que se realizan, con el objeto de recibir percepciones positivas, previa selección, organización e interpretación de los servicios recibidos” (p. 21) Los clientes satisfechos manifiestan agrados y valoraciones positivas hacia las personas que atienden y dirigen negocios, escuchando necesidades y deseos, satisfaciendo con trato corto, atento, diligente, cortés. En variados campos hay creciente énfasis en autorrealización, valores, elección y visión más holística del individuo.

### **Casino y Máquinas Tragamonedas**

Se define por juegos de casino a esos juegos de mesa debido a lo cual se usan naipes, dados o ruletas, que aceptan apuestas del público y cuyo producto pende del azar. De igual manera las máquinas tragamonedas son calificadas como máquinas de juego, electrónicas o electromecánicas que otorgan al jugador un periodo para

utilizarlo a cambio del abono del costo de la jugada dependiendo del azar y ocasionalmente el logro de un premio conforme con el programa de juego.

Mincetur (2016) La Dirección General de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas, que pende del Viceministro de Turismo, quien es el máximo representante para Enunciar, plantear, controlar e investigar las políticas ordinarias administrativas no tributarias de alcance nacional, que regulan y controlan la explotación de los juegos de casino y máquinas tragamonedas. Hoy en día, las casas de juegos de azar y casinos se fortalecen como centros de entretenimiento relacionados a espacios para convenciones, que desean atender el requerimiento por infraestructura para reuniones corporativas regionales e internacionales en los distritos de Miraflores y San Isidro. (p.30)

### **El mercado del juego peruano**

Gaming Technologies Association (2016) Se trata de un mercado permanente, fiable, alabado en el país y puesto como prototipo a imitar. Tal es así que la competitividad que existe en el sector se pone de manifiesto con el aviso que el grupo Peruano Intercorp, mediante Nexus Group, obtuvo el 80% de la filial Peruana de Intralot la multinacional griega de loterías, el comercio de Intralot dirigido a Perú simboliza uno de los asuntos más productivos de la empresa en América Latina. En general, cabe recalcar que el sector del juego en Perú cuenta con 766 salas, entre casinos y locales de juego autorizadas para operar y más de 85,477 mil máquinas tragamonedas de igual modo en fines regulatorios, la actividad de juegos de casino y máquinas tragamonedas está completamente normalizada. Así mismo, está embebido en el sistema de prevención del lavado de activos y del financiamiento al terrorismo.

En la actualidad, las empresas en su totalidad cuentan con oficiales de cumplimiento, registro de ganadores y reporte de operaciones sospechosas. Igualmente existe un control de ludópatas, de parte de la normalización tales actividades, Manuel San Román Benavente, titular de la “Dirección General de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas del Mincetur” (DGJCMT), destacó que: “En Perú existe un marco regulatorio basado en principios de razonabilidad, transparencia, predictibilidad, honorabilidad y seguridad jurídica para los inversionistas en esta actividad. Estos principios, conjugados con una permanente política de puertas abiertas, permiten que cada operador pueda desarrollarse y crecer, así como expresar sus preocupaciones o necesidades”.

### **Sector juegos de azar y la generación de empleo en el Perú**

Magazine (2015) Freddy Gamarra Presidente del Consejo Directivo de la Sociedad Nacional de Juegos de Azar (Sonaja), indicó lo siguiente: Que este sector produce alrededor de 22 mil puestos de trabajo, de igual manera informo en cifras a T News. Lo que representa 37 millones de soles por año en aportaciones a ESSALUD. Este sector representa en garantías o cauciones S/6.5 millones, en contratación de notarios S/5 millones, en arbitrios y publicidad unos 52 S/4 millones, y en pago a APDAYC cerca de S/3 millones. Solamente algunos tienen conocimiento del “negocio de los Casinos y Tragamonedas”. Solamente en impuestos del juego inspeccionados por el Mincetur se aprecia que hay una entrada al fisco aproximada a “los 300 millones de soles anuales, y en impuesto a las importaciones, por el ingreso de máquinas, 133 millones de soles anuales”. Respecto a las aportaciones al Mincetur Gamarra precisó que este sector en cinco años contribuirá con cerca de 261 millones de soles al MINCETUR y una cifra parecida al Ministerio de Economía y Finanzas.

Raramente se nombra el paso de formalizarse en dicho sector, ya que es un rubro con participaciones importantes, generando puestos de trabajo contribuyendo a la velocidad económica, igualmente de ser uno de los atractivos para los visitantes del país finalizo el representante gremial. (p.26)

### **Características del sector de juegos de casinos y máquinas tragamonedas**

García (2013) El sector de Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas en el Perú se podría caracterizar básicamente por la libre competencia, honestidad, trato igualitario y la transparencia de las empresas. Si bien es cierto la libertad de empresa se puede ejercer con las garantías y la libre iniciativa privada, también es cierto que dichas libertades no pueden ejercerse con afectación de las normas de orden público, la moral y las buenas costumbres, siendo nulo el acto jurídico contrario a estas, o que afecte la vida, la salud de las personas, y la seguridad pública, así como los actos que vayan en contra de los consumidores y usuarios o que establezcan monopolios, cuya ilegalidad dentro de los mismos puedan afectar la libre competencia (p. 35).

Revista Casino (2016) En el mercado peruano de los juegos de azar coexisten tanto corporaciones multinacionales y nacionales; así como medianas y pequeñas empresas que se dedican, según la clasificación Industrial Internacional Uniforme de las actividades Económicas (CIIU), a las 11 actividades de juego de azar y apuestas con código CIIU – 9242. Actualmente, se puede afirmar que el 100% del sector de juegos azar está formalizado, regulado, fiscalizado y controlado a tiempo real debido a la implementación sólida del Sistema Unificado de Control en Tiempo Real (SUCTR) interconectado con el MINCETUR y la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) (DGJCMT, 2016, p. 2). El análisis



sobre dicho sistema será abordado en subcapítulos posteriores. Ahora bien, esta formalización ha permitido gracias a la labor conjunta de la DGJCMT liderada por el Director General, señor Manuel San Román, la 2º Vicepresidenta de la República del Perú, señora Mercedes Aráoz, y demás empresas vinculadas a este servicio de esparcimiento que otros países coloquen al Perú como ejemplo, puesto que siempre resaltan su buena imagen como regulador (p. 30).

### **2.3 Marco conceptual:**

**Gestión de Calidad:** La gestión calidad es un conjunto de acciones que son necesarias y que la organización debe tomar de forma en cuenta para poder generar confianza del bien o servicio que se le brinda al cliente y así satisfacer su necesidad.

**Cliente:** El cliente es la persona que adquiere o compra un bien, servicio producto o idea voluntariamente a cambio de dinero u otro tipo de retribución, hay clientes que acceden a ese bien o servicio de forma constante o por momentos por una necesidad puntual. Por lo cual es el motivo del que se crea las empresas u organizaciones.

**Atención:** La atención es lo que la organización ofrece al cliente junto con el producto, servicio o idea, y la que el cliente busca en las diferentes organizaciones que asiste con el fin de satisfacer su necesidad; la atención tiene que ser satisfactoria para el cliente y así favorece a la empresa.

**Satisfacción:** La satisfacción es compensar la exigencia que tiene el o los clientes y también está relacionada con la atención ya que si el cliente recibe una buena atención se va satisfecho y regresa asiduamente a la empresa.

**Micro y pequeñas empresas:** Las micro y pequeñas empresas son las creadas por personas naturales o jurídicas y estas ayudan a las personas económicamente dándoles

un empleo remunerado y estas a su vez contribuyen económicamente con el desarrollo del país.

### **III. Hipótesis**

El presente trabajo de investigación titulado Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de juegos de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018 no se plantea hipótesis por ser una investigación de tipo descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA.**

### **4.1 Diseño de investigación:**

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

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

Fue transversal porque el estudio de investigación: Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de juegos de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un final específicamente en el año 2019.

Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro actividades de juegos de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

## **4.2 La Población y muestra:**

### **Población**

La población está conformada por 9 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salas de juegos de azar y apuestas del casco urbano del distrito de Chimbote, la información se obtuvo a través del sondeo.

### **Muestra**

La muestra está conformada por 9 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salas de juegos de azar y apuestas del casco urbano del distrito de Chimbote.

### 4.3 Definición y Operacionalización de la variables e indicadores

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de dimensión</b>
Perfil de los representantes de las micro y pequeñas empresas	Son las personas o encargados y que dirigen las empresas encuestadas.	Los representantes de la micro y pequeñas empresas tiene las características como son la edad, genero, grado de instrucción	Edad	- 18 – 30 años - 31 – 50 años - 51 a más años	Razón
			Género	- Masculino - Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	- Sin instrucción - Educación básica - Superior no universitaria - Superior universitaria	Nominal
			Cargo que desempeña	- Dueño - Administrador	Nominal
Características de las micro y pequeñas empresas	Las micro y pequeñas empresas son las creadas por personas naturales o jurídicas y estas ayudas a las personas	En las micro y pequeñas empresas, las características son el tiempo de permanencia de la empresa, las personas	Tiempo que desempeña en el cargo	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
			Tiempo de permanencia de la empresa	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
			Número de trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Razón
			Las personas que trabajan en su empresa	- Familiares - Personas no familiares	Nominal

	económicamente dándoles un empleo remunerado y estas a su vez contribuyen económicamente con el desarrollo del país.	Que trabajan en la empresa, el objetivo de creación de la micro empresa.	Objetivo de creación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar ganancia</li> <li>- Subsistencia</li> </ul>	Nominal
Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente	La gestión de calidad es un conjunto de acciones que son necesarias y que la organización debe tomar de forma en cuenta para poder generar confianza del bien o servicio que se le brinda al cliente y así satisfacer su necesidad.	En la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente, las características van enfocadas en si conoce el termino gestión de calidad.	Conocimiento del termino gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- Tengo cierto conocimiento</li> </ul>	Nominal
			Conocimiento de técnicas modernas de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Benchmarking</li> <li>- Atención al cliente</li> <li>- Empowerment</li> <li>- La 5 s</li> <li>- outsourcing</li> <li>- otros</li> <li>- Ninguno</li> </ul>	Nominal
			Dificultades de los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca iniciativa</li> <li>- Aprendizaje lento</li> <li>- No se adapta a los cambios</li> <li>- Desconocimiento del puesto</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal

			Conocimiento de técnicas técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La observación</li> <li>- La evaluación</li> <li>- Escala de puntuaciones</li> <li>- Evaluación 360°</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal
			La gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
			La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas por la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal
			Conocimiento del termino atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- Tengo cierto conocimiento</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
			Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que se brinda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- A veces</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
			La atención al cliente es fundamental para que se regrese	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
			Factores que utiliza para un servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación</li> <li>- Confianza</li> <li>- Retroalimentación</li> <li>- Ninguno</li> </ul>	Nominal
		Que técnicas administrativas conoce, como evalúa a sus trabajadores, también si conoce lo que es la atención al cliente y que resultados a dado la atención que brinda.			



			Principales factores para la calidad del servicio que brinda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención personalizada</li> <li>- Rapidez en la entrega de los productos</li> <li>- Las instalaciones</li> <li>- Ninguna</li> </ul>	Nominal
			Atención brindada a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena</li> <li>- Regular</li> <li>- Malo</li> </ul>	Nominal
			Causas por la que se da una mala atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No tiene suficiente personal.</li> <li>- Por una mala organización de los trabajadores.</li> <li>- Si brindan una buena atención al cliente.</li> </ul>	Nominal
			Resultados logrados brindando en la buena atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Clientes satisfechos</li> <li>- Fidelización de los clientes</li> <li>- Posicionamiento de la empresa</li> <li>- Incremento en las ventas.</li> </ul>	Nominal

#### 4.4 Técnica o instrumento para la recolección de datos:

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

#### **4.5 Plan de análisis**

Se aplicó encuestas para determinar las características de los representantes de igual manera las características de las micro y pequeñas empresas en el rubro salas de juegos de azar y apuestas, realizó el proceso de los resultados en el programa informático Microsoft Excel, donde se elaboraron las tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentajes estadísticamente para luego interpretarlos adecuadamente. Posteriormente se desarrollará el análisis de resultados en el cual se utilizó el programa Word. Al finalizar se utilizó el programa PDF, también el trabajo de investigación fue verificado por el programa del TURNITIN para que no tenga similitudes o copia y eso fue lo que se utilizó para la presentación del trabajo de investigación.

#### 4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juego de azar y apuestas del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018?</p>	<p><b>Objetivo general</b> -Determinar las Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> -Establecer las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas en el casco</p>	<p>Gestión de calidad en atención al cliente</p>	<p><b>Población</b> Está conformada por 9 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas del casco urbano del distrito de Chimbote, la información se obtuvo a través del sondeo.</p> <p><b>Muestra</b> La muestra está conformada por 9 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas del casco urbano del distrito de Chimbote.</p>	<p><b>Tipo:</b> Cuantitativa.</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo.</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental-transversal</p>	<p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p>

	<p>urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>-Identificar las características de las micro pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>-Describir las características de una gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas en el casco urbano el distrito de Chimbote, 2018</p>				
--	--	--	--	--	--

#### **4.7 Principios éticos**

En el presente trabajo de investigación se tendrá muy en cuenta la ética profesional del investigador como Protección a las personas, porque toda la información recibida de cada uno de los representantes de la micro y pequeñas empresas, era bien utilizada a través del consentimiento informado y la confidencialidad de su identidad, tiene que tener en cuenta la libre participación y el derecho a estar informado sobre el propósito y finalidades de la investigación que se está desarrollando, también está el principio de la beneficencia y no maleficencia, porque de esta manera este trabajo de investigación se buscará beneficiar a todas las personas que acceden a dar información sobre su rubro enfocado. También está la Justicia, en este principio exige un trato de igualdad, tratar con bien al encuestado no dar lugar o tolerar prácticas injustas ya que así sentirá confianza Integridad científica, La integridad no deben regir sólo en la actividad científica de un investigador, sino también en sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

## V. Resultados

### 5.1 Resultados

**Tabla 1**

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas, del casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.*

<b>Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Edad</b>		
De 18 - 30 años	1	11.11
De 31 – 50 años	8	88.89
51 a más años	0	0.00
Total	9	100.00
<b>Género</b>		
Masculino	7	77.78
Femenino	2	22.22
Total	9	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	1	11.11
Educación básica	0	0.00
Superior no universitaria	2	22.22
Superior universitaria	6	66.67
Total	9	100.00
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	0	0.00
Administrador	9	100.00
Total	9	100.00
<b>Tiempo que desempeña en el cargo</b>		
0 a 3 años	7	77.78
4 a 6 años	2	22.22
7 a más años	0	0.00
Total	9	100.00

**Fuente:** Cuestionario dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

**Tabla 2**

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas, del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

<b>De las micro y pequeñas empresas</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro</b>		
0 a 3 años	7	77.78
4 a 6 años	0	0.00
7 a más años	2	22.22
Total	9	100.00
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	0	0.00
6 a 10 trabajadores	1	11.11
11 a más trabajadores	8	88.89
Total	9	100.00
<b>Personas que trabajan en su empresa</b>		
Familiares	0	0.00
Personas no familiares	9	100.00
Total	9	100.00
<b>Objetivo de creación</b>		
Generar ganancia	9	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	9	100.00

**Fuente:** Cuestionario dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de juegos de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

**Tabla 3**

*Características de la gestión de calidad con la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas, del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

<b>Gestión de calidad con atención al cliente</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Conocimiento del termino gestión de calidad</b>		
Si	2	22.22
No	0	0.00
Tengo ciertos conocimientos	7	77.78
Total	9	100.00
<b>Conocimiento de técnicas modernas de la gestión de calidad</b>		
Benchmarking	3	33.33
Atención al cliente	5	55.56
Empowerment	0	0.00
Las 5 s	0	0.00
outsourcing	0	0.00
otros	1	11.11
Ninguno	0	0.00
Total	9	100.00
<b>Dificultades del personal para implementar de gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	0	0.00
Aprendizaje lento	3	33.33
No se adapta a los cambios	0	0.00
Desconocimiento del puesto	4	44.44
otros	2	22.22
Total	9	100.00
<b>Conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal</b>		
La observación	5	55.56
La evaluación	1	11.11
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación 360°	0	0.00
Otros	3	33.33
Total	9	100.00

Continúa...

**Fuente:** Cuestionario dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y puestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.



**Tabla 3**

*Características de la gestión de calidad con la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas, del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

<b>Gestión de calidad con atención al cliente</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
La gestión de calidad contribuye a mejorar rendimiento del negocio		
Si	9	100.00
No	0	0.00
Total	9	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la empresa		
Si	9	100.00
No	0	0.00
Total	9	100.00
Conocimiento del termino atención al cliente		
Si	7	77.78
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	2	22.22
Total	9	100.00
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que se brinda		
Si	6	66.67
No	0	0.00
A veces	3	33.33
Total	9	100.00
La atención al cliente es fundamental para que este regrese		
Si	9	100.00
No	0	0.00
Total	9	100.00
Factores que se utiliza para dar un servicio de calidad		
Comunicación	3	33.33
Confianza	6	66.67
Retroalimentación	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	9	100.00

Continua...

concluye

Principales factores para la calidad del servicio que brinda		
Atención personalizada	1	11.11
Rapidez en la entrega de los productos	8	88.89
las Instalaciones	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	9	100.00

Atención brindada a los clientes		
Buena	4	44.44
Regular	5	55.56
Malo	0	0.00
Total	9	100.00

Causas por la que se da una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	2	22.22
Por una mala organización de los trabajos	1	11.11
Si brindan una buena atención al cliente	6	66.67
Total	9	100.00

Resultados logrados brindando una buena atención al cliente.		
Clientes satisfechos	1	11.11
Fidelización de los clientes	1	11.11
Posicionamiento de la empresa	0	0.00
Incremento en las ventas	7	77.78
Total	9	100.00

**Fuente:** Cuestionario dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y puestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

## 5.2 Análisis de resultados

**TABLA 1**

**Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro salas de juegos de azar y apuestas, del casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.**

Edad: El 88.89% de los representantes encuestados tiene un promedio de 31 a 50 años de edad (Tabla 1) estos resultados coinciden con Goicochea (2016) el cual manifiesta que el 80% de los representantes tiene entre 31 y 50 años de edad, así mismo con Rodríguez, M. (2016) donde el 66.7% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, también con Obando (2016) donde el 35.9% tiene entre 36 a 45 años de edad, pero contrasta con Antúnez (2017) donde el 72.2% de edad de los representantes es de 51 años a más. Esto prueba que las micro y pequeñas empresas están formadas por personas mayores y por lo mismo ya tiene experiencia en el rubro.

Género: El 77.78% de los representantes son género masculino (Tabla 1). Estos resultados coinciden con Goicochea (2016) donde el 70% de los representantes de las mypes son de género masculino, asimismo con Antúnez (2017) donde el 63.6% son de género, también con Rodríguez, M. (2016) con el 83.3% masculino indica que los representantes en la mayoría de las micro y pequeñas empresas se mantienen en el rubro salas de juegos de azar están lideradas por el género masculino, además se puede concluir que hay baja participación en el mercado de parte del género femenino. De igual manera con Obando (2016) con el 51.4% Esto indica que los representantes de las micro y pequeñas empresas están formados por representantes masculinos, los cuales tienen un poco más de conocimiento acerca del rubro, por tanto, pueden aportar conocimientos a la empresa.

Grado de instrucción: El 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior universitaria (Tabla 1). Estos resultados coinciden con Antúnez (2017) donde el 45.5% tiene un grado de estudios superior, asimismo con Rodríguez, M. (2016) con el 66.7%, pero contrasta con Obando (2017) con el 84.5% manifiestan que tienen un grado de instrucción no universitaria. Esto evidencia que las personas emprendedoras saben y hacen un sacrificio por tener un grado superior para que puedan defenderse en el rubro, así sea con un estudio técnico, para que de esta manera puedan tener más conocimiento de cómo administrar su negocio, ya que anteriormente las personas no tenían las posibilidades de llegar hasta ese grado de instrucción.

Cargo que desempeña: El 100% de los representantes las micro y pequeñas empresas desempeña el cargo de administradores (Tabla 1). Lo cual verifica que los dueños no se dan la cara ante los clientes solo están los administradores quienes dan soluciones a los problemas de la empresa

## **TABLA 2**

**Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro salas de juegos de azar y apuestas, del casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.**

Tiempo de permanencia en el rubro: El 77.78% de los representantes encuestados indicaron que tienen un promedio de 0 a 3 años de tiempo que desempeña en el cargo (Tabla 2). Estos resultados coinciden con Antúnez (2017) donde el 62.5 % tiene de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, contrastan con Goicochea (2016) donde el 60.0% llevan en el puesto de 7 años a mas, con Rodríguez, M. (2016) el 50.0% de las mypes tiene tien mas de 4 años en el mercado. Lo que manifiesta que las mypes tienen un tiempo de permanencia en el rubro de a 0 a 3 años de antigüedad, por tanto, en su

mayoría son nuevos en el mercado y van a tener que capacitarse mucho para así poder superar a la competencia.

Número de trabajadores: El 88.89% de los representantes encuestados indicaron que tienen un promedio de 11 a más trabajadores (Tabla 2). Estos resultados contrastan con Goicochea (2016) donde el 60% de las mypes tiene de 1 a 4 trabajadores, de igual forma con Antúnez (2017) tienen de 1 a 5 trabajadores, también con Rodríguez, M. (2016) tienen de 10 a menos trabajadores entre permanentes y eventuales. Esto evidencia que las mypes de hoy en día cuentan con más trabajadores y así compensan las faltas de algunos para no perjudicar al negocio.

Las personas que trabajan en su empresa: El 100% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que las personas que trabajan nos son familiares (Tabla 2). Estos resultados contrastan con Antúnez (2017) donde el 45.5% contratan mayormente a sus familiares, Lo cual argumenta que la gran mayoría de las mypes optan por trabajar con personas no familiares, si en caso se de alguna discrepancia no puedan poner en riesgo el avance y surgimiento de la empresa.

Objetivo de creación: El 100% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias (Tabla 2). Esto muestra que la mayoría de las mypes tiene como principal objetivo generar ganancias a lo largo que va creciendo su negocio en el rubro.

### **TABLA 3**

#### **Gestión de calidad con la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro salas de juegos de azar y apuestas, del casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.**

Conocimiento del término gestión calidad: El 77.78% de encuestados tiene cierto conocimiento sobre lo que es gestión de calidad, (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Goicochea (2016). Donde el 80.0% si tiene conocimiento sobre la gestión de calidad, también con Antúnez (2017) donde el 59.1% si conocen sobre gestión de calidad. Lo cual explica que en la actualidad los representantes de las mypes se han informado un poco más, han indagado de algunas fuentes para que tengan un previo conocimiento de la gestión de calidad.

Conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad: El 55.56% de encuestados indicaron que conocen como técnica moderna la atención al cliente. (Tabla 3). Estos resultados contrastan con Antúnez (2017) donde el 40.9% de los administradores tiene como técnica moderna la mejora continua, también con Rodríguez, M. (2016) donde el 66.7% usa las técnicas del benchmarking. Esto prueba que la gran mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene conocimiento solo la atención al cliente como técnica moderna, ya que favorece a su negocio porque de esta manera obtienen muchos beneficios.

Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad: El 44.44% de los encuestados tiene dificultades en la aplicación de la gestión de calidad por desconocimiento de puesto, el 33.33% por aprendizaje lento y 22.22% tiene otras dificultades (Tabla 3). Esto explica que el personal es muy nuevo o le falta capacitación en el área que se desempeña y esto puede afectar en negocio en un futuro no muy lejano.

Conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal: El 55.56% de los administradores aplica la observación como técnica para medir el rendimiento de los trabajadores (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Rodríguez, Y. (2017) donde el 55,6% de los dueños supervisan a los trabajadores, esto quiere decir que las mypes evalúan contestemente a sus empleados, ya sea por el método de la observación, supervisión entre otros para evaluar la eficiencia y eficacia de su personal dentro del horario laboral.

La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio: El 100% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Rodríguez, M. (2016) donde el 100% también aseguran que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio. Esto evidencia que los administradores de la mypes tienen conocimiento que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio y por eso la aplican en su negocio.

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados de la empresa: El 100% de los encuestados asegura que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa (Tabla 3). Esto argumenta que la gestión de calidad si colabora en el desarrollo de las actividades de las empresas ya que las metas que los representantes trazan se logran alcanzar gracias a esta.

Conocimiento del término atención al cliente: El 77.78% de los representantes si conoce el termino atención al cliente, mientras que el 22.22% tiene cierto conocimiento (Tabla 3). Esto verifica que los administradores de la mypes si tienen conocimiento sobre el termino atención a la cliente y esto ayuda a la aplicación de esta técnica para el mejoramiento del negocio conforme va adquiriendo más experiencia en el mercado.

Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda: El 66.67% de los encuestados si aplica la gestión de calidad en la atención que brinda a sus clientes mientras que el 33.33% a veces aplica la gestión de calidad en la atención que brinda a sus clientes.

La atención al cliente es fundamental para que este regrese: El 100% de los administradores si cree que la atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento (Tabla 3). Esto explica que la atención al cliente si es importante para que el cliente retorne a la empresa, es importante el buen trato ya que así se podrá mantener satisfechos a los clientes.

Factores que se utiliza para un servicio de calidad: El 66.67% utiliza la confianza como herramienta para un servicio de calidad, mientras que el 33.33% utiliza la comunicación (Tabla 3). Esto prueba que los administradores confían mucho en su personal, esto ayuda mucho en el desarrollo personal de estos y así mejoran su remiendo y asimismo el de la empresa.

Principales factores para la calidad del servicio que brinda: El 88.89% de los encuestados afirman que el principal factor para la calidad del servicio que brindan es la rapidez en la entrega de los productos (Tabla 3). Estos resultados Rodríguez, Y. (2017) dice que el 49,2% considera que el producto del pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. Esto manifiesta que la rapidez en la entrega de los productos ayuda al mejoramiento de la empresa y así la satisfacción de los clientes.

Atención que brindan a los clientes: El 55.56% de los representantes nos dice que la atención que brindan es regular (Tabla 3). Estos resultados contrastan con Rodríguez, Y. (2017) que el 64,7% brindan una buena atención. Esto muestra que los



representantes deben mejorar su trato hacia los clientes para poder fortalecer lazos con el cliente.

Causas por la que se da una mala atención al cliente: El 66.67% de los administradores considera que, si está dando una buena atención al cliente, mientras que el 22.22% no tiene suficiente personal y el 11.11% por una mala organización de los trabajadores (Tabla 3). Esto verifica que los representantes de las mypes si está dando una buena atención, pero debe contratar más personal y saber orientarlos para un buen desempeño laboral.

Resultados logrados brindando una buena atención al cliente: El 77.78% de los encuestados ha logrado un incremento en las ventas al aplicar una buena atención (Tabla 3). Estos resultados contrastan con Rodríguez, Y. (2017) donde el 67,7% fue un incremento de la fidelidad de los clientes. Esto manifiesta que a los representantes les importan más el incrementar las ventas que dejar satisfecho a sus clientes es algo que deberían cambiar y ya que no les servirá para el futuro.

## **VI. CONCLUSIONES**

Para terminar la presente investigación se determinó a la siguiente conclusión:

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas desempeñan son administradores, mayoría tienen entre 31 a 50 años de edad, son de género masculino, tienen grado de instrucción superior universitaria y el tiempo que se desempeña el cargo es de 0 a 3 años.

La totalidad de las personas que trabajan en su empresa no son familiares, tienen como objetivo de creación generar ganancia. La mayoría de los representantes de las mypes tienen una permanencia de 0 a 3 años en el rubro y tienen de 11 a más trabajadores,

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, dicen que la gestión si les ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, si cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese a su establecimiento La mayoría de los representantes de las mypes tiene cierto conocimiento del termino de gestión de calidad, utilizan como técnicas modernas la atención al cliente, los trabajadores tienen desconocimiento del puesto, utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento del personal, si conoce el termino de atención al cliente, si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, utiliza la confianza como herramienta para un servicio de calidad, consideran la rapidez en la entrega de los productos como factor principal para la calidad al servicio, brindan una atención regular a sus clientes, considera que está brindando una buena atención al cliente y los resultados que ha logrado al brindar una buena atención al cliente es el incremento de las ventas.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

Desarrollar cursos referentes a su rubro que son atención al cliente, servicios, gestión de calidad y potenciar a los trabajadores nuevos en cursos de atención al cliente, que los ayuden a desarrollar habilidades blandas, para un mejor manejo en su empresa.

Implementar un plan de capacitación para los diferentes procesos de la empresa, de tal modo que las microempresas del rubro salas de juegos de azar sea el número uno en el mercado ya que no son demasiadas y se les hace fácil el concurrir de la gente a su negocio y siempre mantener los clientes dando un buen trato y una buena calidad para ellos.

Desarrollar encuestas de satisfacción a sus clientes, así se podrá determinar las necesidades y falencias de las empresas hacia los clientes y en función a esto desarrollar estrategias para lograr la fidelización de estos, también analizar mejor el mercado para así poder comprender las necesidades del cliente .

## Referencias Bibliográficas:

- Antúnez, L. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro Juegos de mesa y azar*, en la ciudad de Huarmey 2016. Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Barrientos. F, (2017) *Calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la sala de juegos las vegas – Chiclayo tesis para optar el título profesional de licenciado en administración*, facultad de ciencias empresariales escuela académico profesional de administración, universidad cesar vallejo.
- Centurión, R. (2015) *Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa 2013*.In Crescendo. Institucional.
- Comité Técnico ISO/TC 176 (2008). *Norma internacional ISO 9001: sistema de gestión de la calidad*. Requisitos. Ginebra: International Organization for Standardization. Recuperado de: <https://www.bps.gub.uy/bps/file/13060/1/normativa-internacional-iso9001.2015.pdf>
- Cruz, F. López. A. & Ruiz. C (2016,13 diciembre) *Sistema de gestión ISO 9001-2015: técnicas y herramientas de ingeniería de calidad para su implementación*, Revista Ingeniería, Investigación y Desarrollo.
- Duran, J. (2016). *Concepto de muestra y población*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/jcarlos2509/estadistica-poblacion-muestra-y-variables>
- El Plural (2017). *Ventajas y Desventajas*. Recuperado de: [https://www.elplural.com/economia/empresas/el-servicio-de-atencion-al-clientey-sus-ventajas\\_101784102](https://www.elplural.com/economia/empresas/el-servicio-de-atencion-al-clientey-sus-ventajas_101784102)
- García, T. (2013). *La medición del bienestar subjetivo en los clientes exigentes*. Sevilla, España: Morata.
- Gaming Technologies Association. (2016). *The World Count of Gaming Machines*. Recuperado de [http://gamingta.com/wp-content/uploads/2017/05/World\\_Count\\_2016.pdf](http://gamingta.com/wp-content/uploads/2017/05/World_Count_2016.pdf)
- Goodman, J. (2014). *Atención estratégica al cliente*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Goicochea, K. (2016) *La Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro salas de juegos del distrito de Villa María del triunfo, provincia de Lima, departamento de lima, período 2015*, Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, facultad de ciencias contables,

financieras y administrativas Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Cañete, Perú.

- Dirección General de Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas (DGJCMT). (2016). *Conversatorio SPLAFT basado en los riesgos*. Recuperado de [http://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/casinos/Agenda%20Noticias/pdfs/2016/CONVERSATORIO\\_SPLAFT\\_OCTUBRE\\_2016.pdf](http://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/casinos/Agenda%20Noticias/pdfs/2016/CONVERSATORIO_SPLAFT_OCTUBRE_2016.pdf)
- Ley 30056. *Congreso de la República, Chimbote, Perú, 18 de octubre de 2018*. Recuperado de: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/\\$FILE/30056.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/$FILE/30056.pdf)
- Ley 28015 *Congreso de la república, ley de promoción de formalización de las micro y pequeña empresa Perú, 3 de julio del 2003*. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- López, J. (2014). *Negocios en Perú Gaming Show*. Revista Casino Turismo & Entretenimiento, 1(137), 42.
- Magazine Impreso de T News, (2015), N° 106 recuperado de: <http://es.calameo.com/read/00202577319d67689a8b1>
- Maggy, W. (2018) *Evolución de la calidad de atención en relación con la satisfacción de los usuarios de las salas de apuestas, casinos, bingos y tragamonedas, previo a la obtención del título de: magíster en administración de empresas turísticas, universidad católica de Santiago de Guayaquil, sistema de posgrado maestría en gerencia en administración, Guayaquil, Ecuador*.
- Maroto, S. (2015). *La gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas rey agro*. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6948>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. (2016). *Oficio circular N° 24*. Ponencia presentada en MINCETUR. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/turismo/DGJCMT/pdfs/OficioCircular24\\_2016.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/turismo/DGJCMT/pdfs/OficioCircular24_2016.pdf)
- Norma internacional ISO 9001 (2015) *Sistemas de gestión de calidad- requisitos*, recuperado de: <https://www.bps.gub.uy/bps/file/13060/1/normativa-internacional-iso9001.2015.pdf>
- Obando, L. (2016). *Caracterización de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Salas de Apuestas en el Distrito de Chimbote, 2015*. Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Pantigoso, P. (2015). *Las pymes en el Perú: Impulsando el crecimiento económico*. Recuperado de

<https://perspectivasperu.ey.com/2015/06/17/las-pymes-en-el-peru-impulsando-elcrecimiento-economico/>

- Ponce, F. & Zevallos, E. (2017). *La innovación en la micro y la pequeña empresa (MYPE): No solo factible, sino accesible*, Ciencias de la gestión recuperado de: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/download/19050/19264>
- Quiroz, M. (2018). *Gestión de calidad un factor importante en la atención al cliente*. Recuperado de: <https://prezi.com/h21ooizuooow6/gestion-de-calidad-un-factor-importante-en-la-atencion-al-cliente/>
- Riquelme, M. (2017). *La Importancia De La Gestión De La Calidad*. Recuperado de: [z<La Importancia De La Gestión De La Calidad: <http://www.webyempresas.com/laimportancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>](http://www.webyempresas.com/laimportancia-de-la-gestion-de-la-calidad/)
- Revista Casino. (2016). *Juegos de azar en el Perú: Industria Modelo*. Revista Casino Turismo & Entretenimiento, 1(135), 28-32.
- Rodríguez, M. (2016) *La gestión de calidad y competitividad de las mypes en el sector servicio- rubro salas de Juegos en el Distrito de Juanjuí, año 2016*, tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.
- Rodríguez, Y. (2017) *La Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro salas de juegos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*, tesis para optar el grado académico de magister en administración, facultad de ciencias contables financieras y administrativas, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.
- Salinas, G. (2013). *Dificultades de las pymes en Colombia*. Recuperado de: <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010>
- Sangama, A. (2010). *Mypes en Perú*. Recuperado de: <http://archivo.peru21.pe/noticia/331925/problema-mype-informalidad>
- Soto, A. (2013) *Calidad en la atención al cliente en las pymes del municipio de Arauca*, Trabajo de investigación para optar al título de Maestría en Administración de Empresas, Facultad de posgrados en Administración Arauca, Colombia, universidad nacional de Colombia.
- Torrez, H. (2016) *Propuesta de indicadores de calidad de atención al cliente en una empresa de apuestas y juegos lúdicos*, tesis para obtener el grado de: maestro en ingeniería industrial, unidad profesional interdisciplinaria de ingeniería y ciencias sociales y administrativas, instituto politécnico nacional.

- Tello, S.Y. (2014) *Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*, LEX facultad de derecho y ciencia política, recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5157875.pdf>.
- Upela, J. (2015). *PYMES y profesionales “pensar de manera global volviéndose flexibles”*. Recuperado de: <https://www.upela.com/es/blog/pme-ecommercants-penser-mondial-en-devenant-flexible-74.html>

**ANEXO N° 01**

**Cronograma de Actividades**

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2018								Año 2019							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Me s				Me s				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X	X	X	X								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos									X							



7	Elaboración del consentimiento informado (*)									X							
8	Recolección de datos									X							
9	Presentación de resultados																
10	Análisis e Interpretación de los resultados									X							
11	Redacción del informe preliminar										X						
13	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación										X						
14	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación											X	X				
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X	
16	Redacción de artículo científico																X

**ANEXO N° 02**

**Presupuesto**

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

### ANEXO N° 3

#### Cuadro de sondeo

<b>N° de Mype</b>	<b>Razón Social</b>	<b>Dirección</b>	<b>Nombre del dueño o encargado</b>
1	Corporación PJ entretenimiento SAC (Casino Miami )	Jr. Manuel Ruiz 382	Zully Juárez Cruz
2	Chimbote Casino	Av. José Pardo Nro. 746	Edgar Hurtado Corzo
3	Hotel San Felipe Casino	Av. José Pardo 472	John Dante Benavidez
4	Corporación PJ Entretenimiento SAC Casino Moulin Rouge	Av. José Pardo 476	Rosa Burgos Díaz
5	Tragamonedas Atlantic	Jr. Manuel Ruiz 281, Chimbote 02803	Carlos Benítez Sacaco
6	9J Poker Club	Jr. Prolongacion Leoncio Prado, Chimbote 028003	Eduardo Granados Correa
7	Casino Lucky	Jr. Leoncio Prado, Chimbote	Daniel López Trujillo
8	Secar SAC (Casino las vegas)	Jirón Manuel Ruiz 260, Chimbote 02803	Isabel Rodríguez Vera
9	Pardo Tragamonedas	Av. José Pardo 464, Chimbote 02803	Oscar hidalgo Quiroz

## **ANEXO N° 4**

Cuestionario de Atención al Cliente



**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 en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio rubro Actividades de Juego de Azar y Apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Para el trabajo de Investigación para optar el grado Académico de Bachiller en Ciencias Administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### **I.GENERALIDADES**

##### **1.1. Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas.**

##### **1. Edad**

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

##### **2. Género**

- a) Masculino
- b) Femenino

##### **3. Grado de instrucción**

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica

- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

**4. Cargo que desempeña**

- a) Dueño
- b) Administrador

**5. Tiempo que desempeña en el cargo**

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

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

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

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

**7. Número de Trabajadores**

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

**8. Las personas que trabajan en su empresa son:**

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

## **2. Referente a la variable Gestión de Calidad**

### **2.1. Gestión de Calidad**

#### **10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?**

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

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

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

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

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

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

- a) La observación
- b) La evaluación

- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) Otros

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

- a) Si
- b) No

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

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

## **2.2. Referente a las Técnicas Administrativas: Atención al Cliente**

**16. ¿Conoce el término atención al cliente?**

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

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

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

**21. La atención que brinda a los clientes es:**

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

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

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

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

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



ANEXO N° 5

HOJA DE TABULACIÓN

**Tabla 01.** Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas, del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Edad</b>	18-30 años	I	1	11.11
	31-50 años	IIIIIIII	8	88.89
	51 a más años			0.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII-I</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Género</b>	Masculino	IIIIIIII	7	77.78
	Femenino	II	2	22.22
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII-II</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Grado de instrucción</b>	Sin instrucción	I	1	11.11
	Educación básica		0	0.00
	Superior no universitaria	II	2	22.22
	Superior universitaria	IIIIII	6	66.67
	<b>Total</b>	<b>I-II-IIIIII</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Cargo que desempeña</b>	Dueño		0	0.00
	Administrador	IIIIIIII	9	100.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Tiempo que desempeña el cargo</b>	0 a 3 años	IIIIIIII	7	77.78
	4 a 6 años	II	2	22.22
	7 a más años		0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII-II</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 02.** Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas, del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

<b>Presupuestos</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Permanencia de la empresa en el rubro</b>	0 a 3 años	IIIIII	7	77.78
	4 a 6 años		0	0.00
	7 a más años	II	2	22.22
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-II</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Número de trabajadores</b>	1 a 5 trabajadores		0	0.00
	6 a 10 trabajadores	I	1	11.11
	11 a más trabajadores	IIIIII	8	88.89
	<b>Total</b>	<b>I-IIIIII</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Personas que trabajan en su empresa</b>	Familiares		0	0.00
	Personas no familiares	IIIIII	9	100.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIII</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Objetivo de creación</b>	Generar ganancia	IIIIII	9	100.0
	Subsistencia		0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIII</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 03.** Características de la Gestión de calidad con la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de juegos de azar y apuestas, del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Presupuestos	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
<b>Conocimiento del termino gestión de calidad</b>	Si	II	2	22.22
	No		0	0.00
	Tiene cierto conocimiento	IIIIII	7	77.78
	<b>Total</b>	<b>II-IIIIII</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Técnicas modernas de la gestión de calidad</b>	Benchmarking	III	3	33.33
	Atención al cliente	IIII	5	55.56
	Empowerment		0	0.00
	Las 5 S		0	10.0
	Outsourcing		0	0.0
	Otros	I	1	0.0
	<b>Total</b>	<b>III-IIII-I</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Dificultades del personal para la implementación de la gestión de calidad</b>	Poca iniciativa		0	0.00
	Aprendizaje lento	III	3	33.33
	No se adapta a los cambios		0	0.00
	Desconocimiento del puesto	IIII	4	44.44
	Otros	II	2	22.22
	<b>Total</b>	<b>III-IIII-II</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal</b>	La observación	IIII	5	55.56
	La evaluación	I	1	11.11
	Escala de puntuaciones		0	0.00

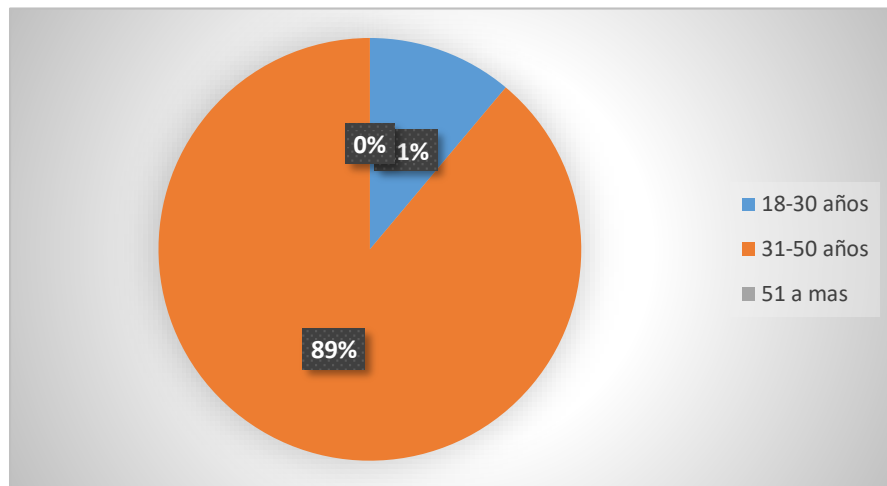
	Evaluación de 360°		0	0.00
	Otros	III	3	33.33
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII-I</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio</b>	Si	IIIIIIII	9	100.0
	No		0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa</b>	Si	IIIIIIII	9	100.0
	No		0	0.0
	A veces		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Sabe que es atención al cliente</b>	Si	IIIIII	7	77.78
	No		0	0.00
	Tengo cierto conocimiento	II	2	22.22
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes</b>	Si	IIIIII	6	66.67
	No		0	0.00
	A veces	III	3	33.33
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII-I</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento</b>	Si	IIIIIIII	9	100.0
	No		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Herramientas que utiliza para un servicio de calidad</b>	Comunicación	III	3	33.33
	Confianza	IIIIII	6	66.67
	Retroalimentación		0	0.00
	Ninguno		0	0.00

	<b>Total</b>	<b>III-III</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Principales factores que utilizas para dar calidad al servicio que brinda</b>	Atención personalizada	I	1	11.11
	Rapidez en la entrega de los productos	IIIIII	8	88.89
	Las instalaciones		0	0.00
	Ninguna		0	0.00
	<b>Total</b>	<b>I-III</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Como considera la atención que brinda a los clientes</b>	Buena	III	4	44.44
	Regular	IIII	5	55.56
	Mala		0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-I</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
<b>Considera usted que se está dando una mala atención al cliente</b>	No tiene suficiente personal	II	2	22.22
	Por una mala organización de los trabajadores	I	1	11.11
	Si brindan una buena atención al Cliente	IIII	6	66.67
	<b>Total</b>	<b>II-I-III</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>
<b>Resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente</b>	Clientes satisfechos	I	1	11.11
	Fidelización de los clientes	I	1	11.11
	Posicionamiento en la empresa		0	0.00
	Incrementos en las ventas	IIII	7	77.78
	<b>Total</b>	<b>I-I-III</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>

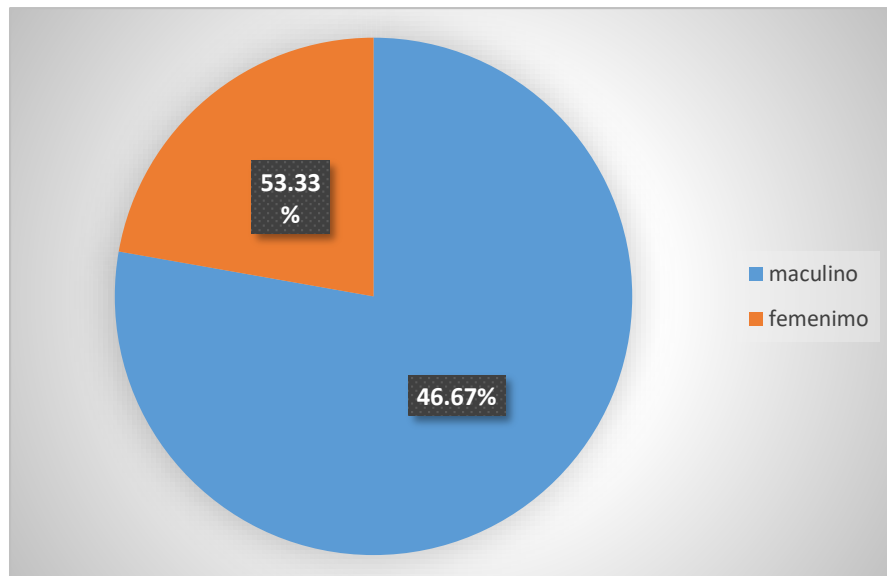
## ANEXO N° 6

### Figuras

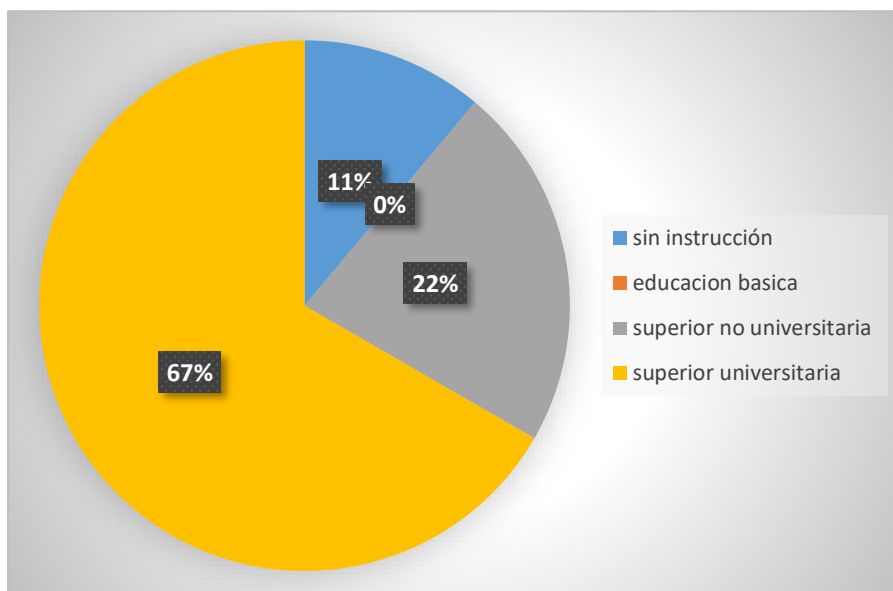
**Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018**



**Figura 1. Edad**  
**Fuente. Tabla 1**

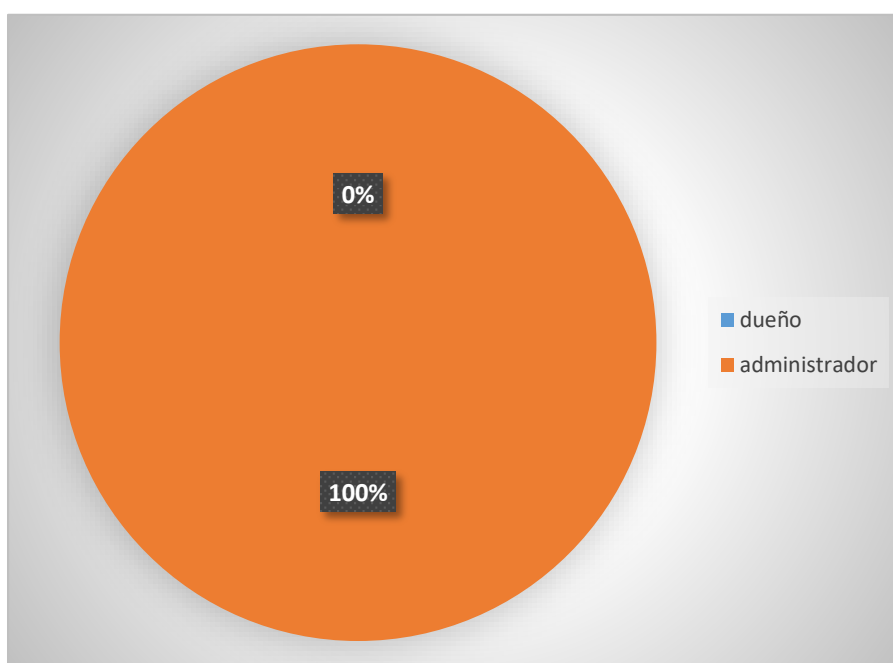


**Figura 2. Género**  
**Fuente. Tabla 1**



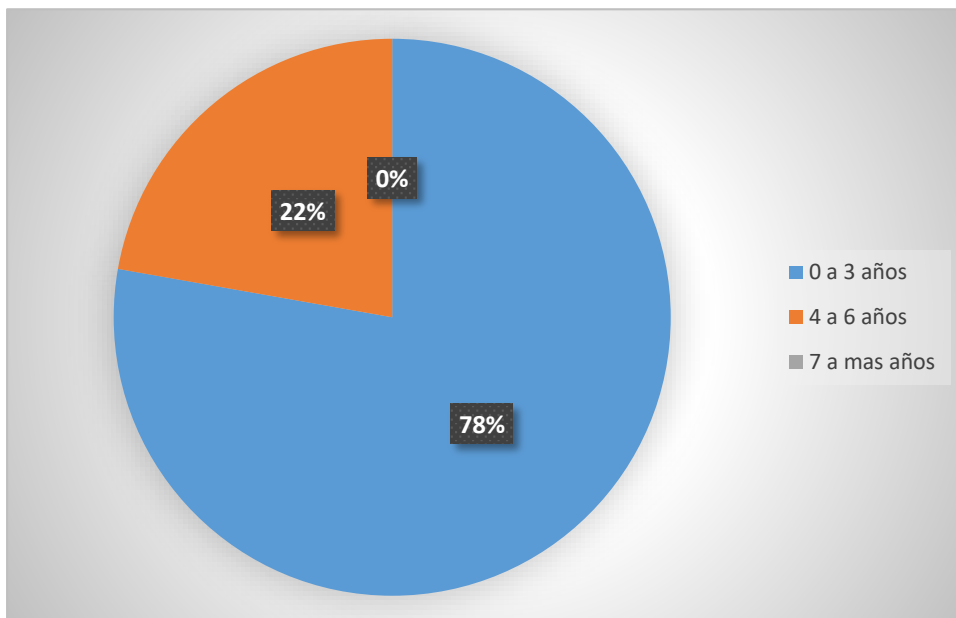
**Figura 3.** Grado de instrucción

**Fuente.** Tabla 1



**Figura 4.** Cargo que desempeña

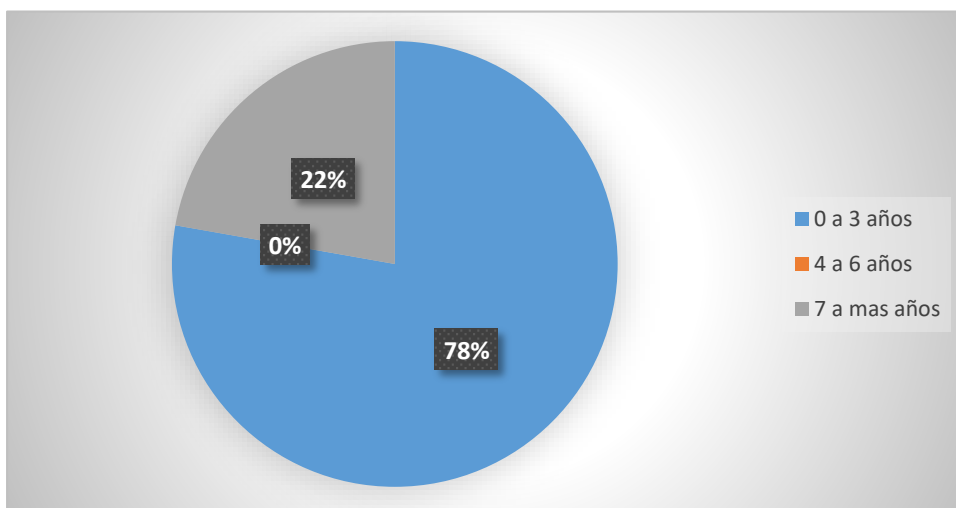
**Fuente.** Tabla 1



**Figura 5.** Tiempo que se desempeña en el cargo

**Fuente.** Tabla 1

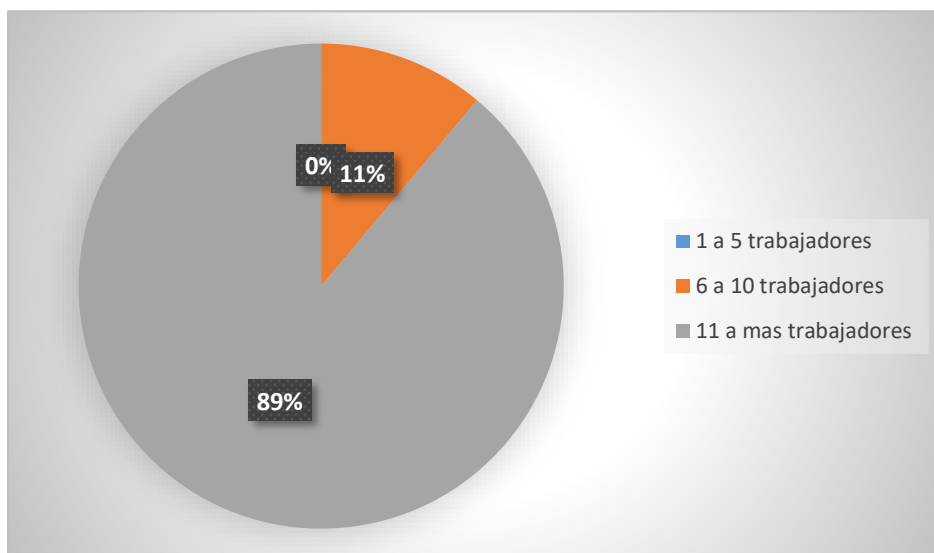
**Características de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018**



**Figura 6.** Tiempo de permanencia en el rubro

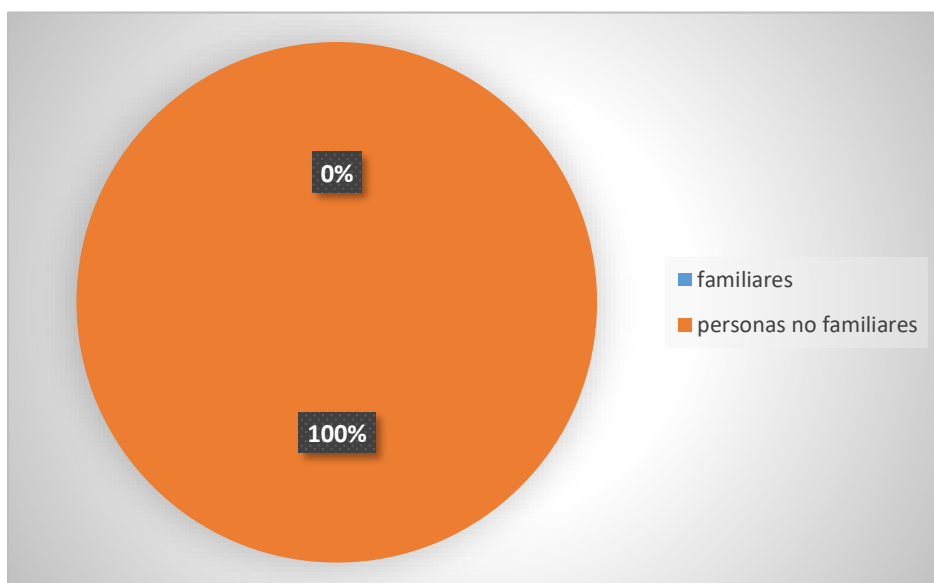
**Fuente.** Tabla 2





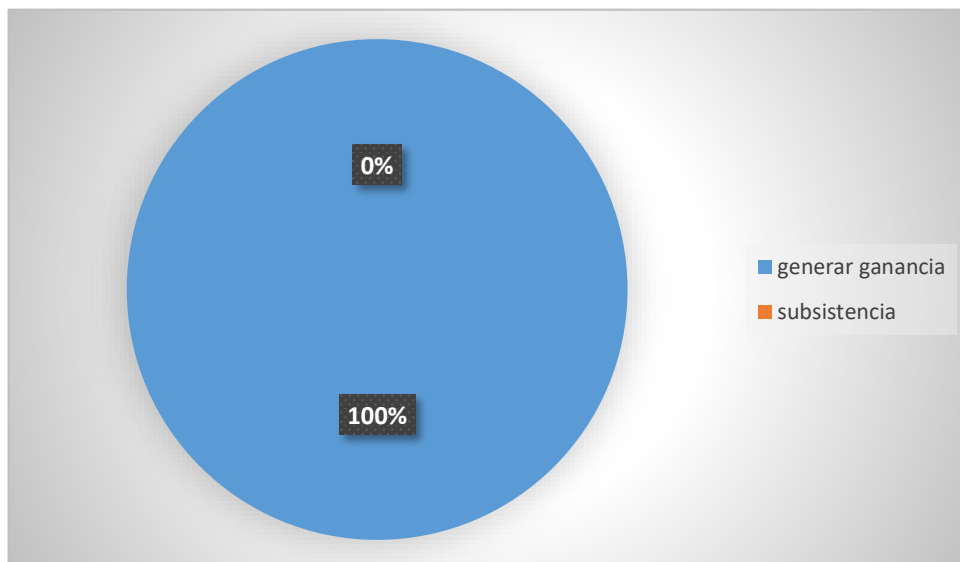
**Figura 7.** Número de trabajadores

**Fuente.** Tabla 2



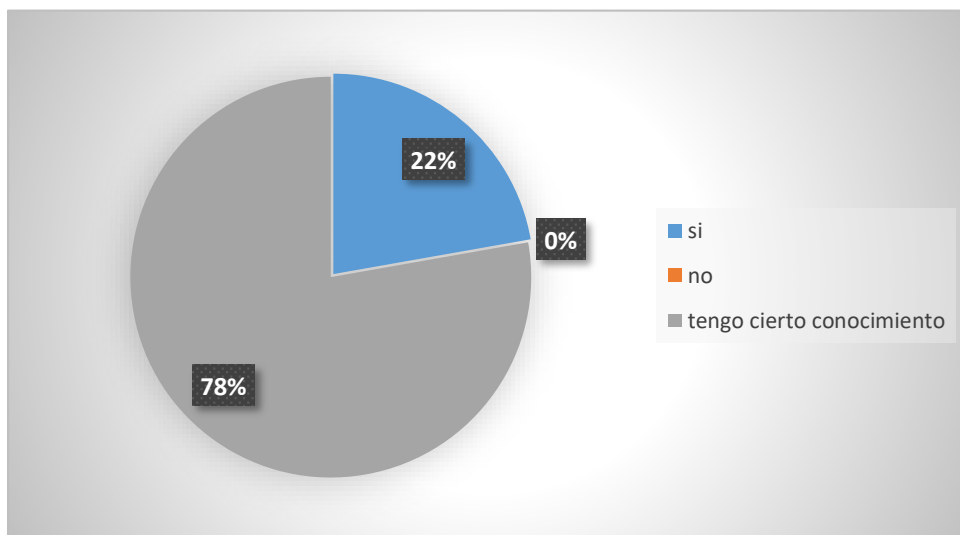
**Figura 8.** Personas que trabajan en la empresa

**Fuente.** Tabla 2

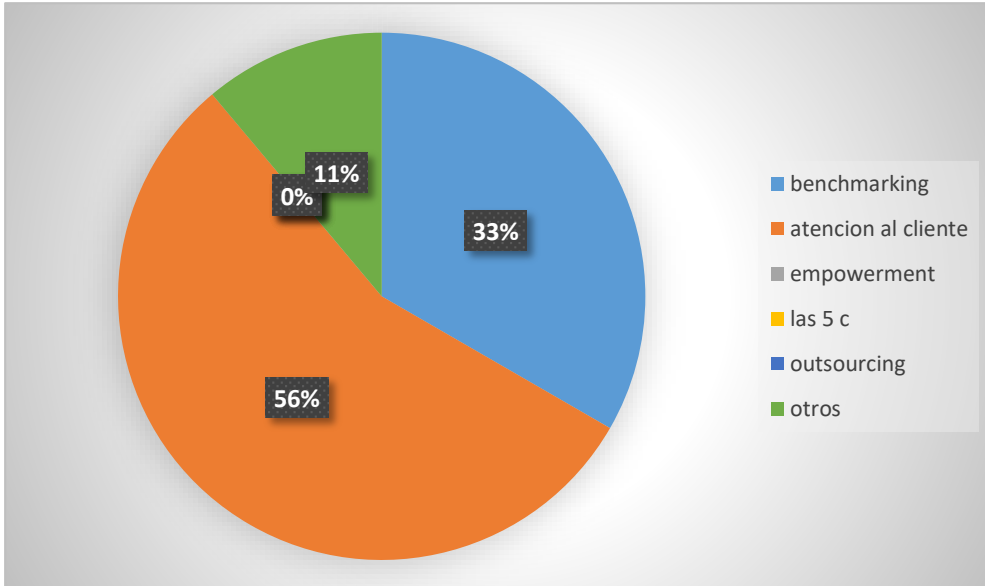


**Figura 9.** Objetivo de creación  
**Fuente.** Tabla 2

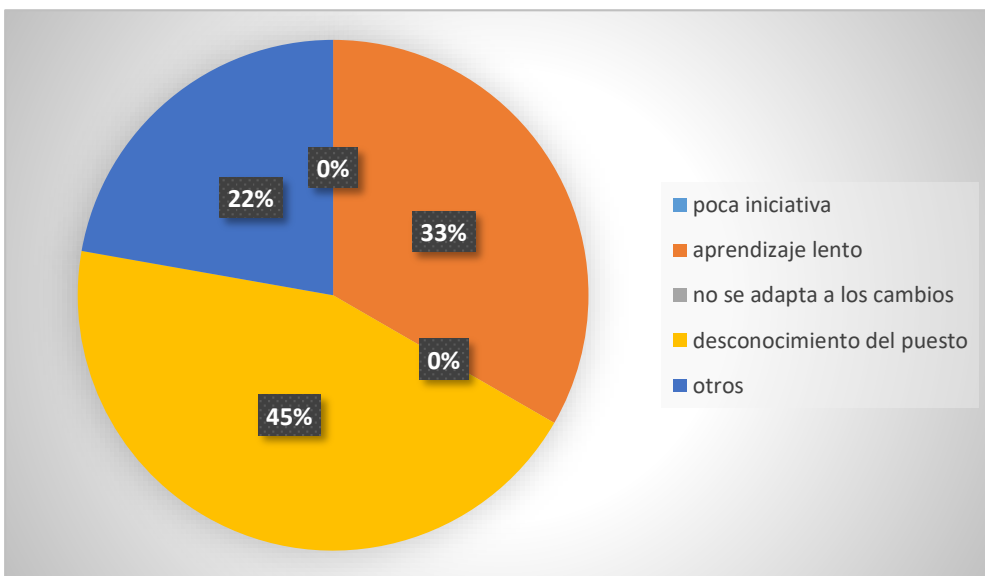
**Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de juegos de azar y apuestas en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018**



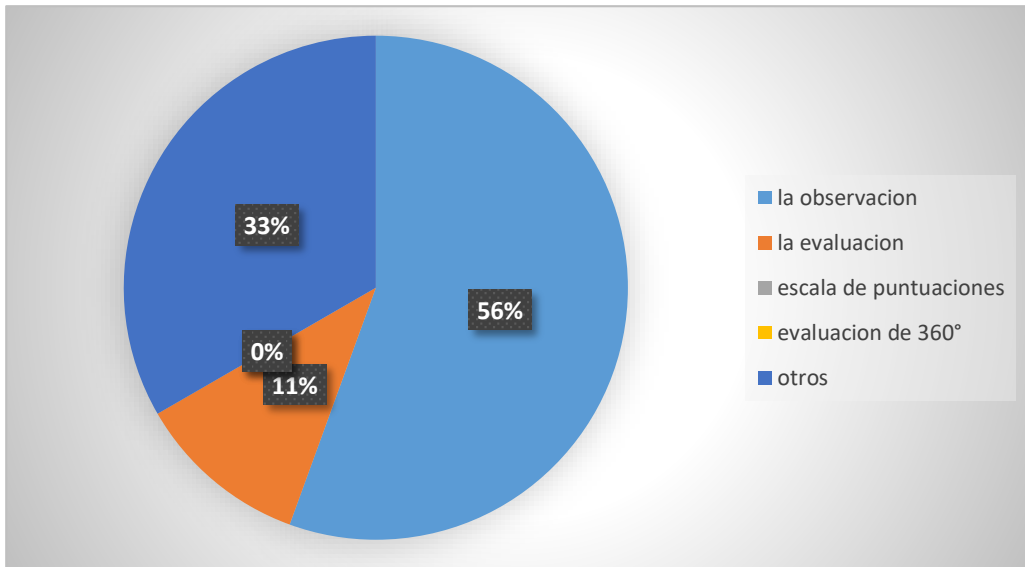
**Figura 10.** Conocimiento del termino gestión de calidad  
**Fuente.** Tabla 3



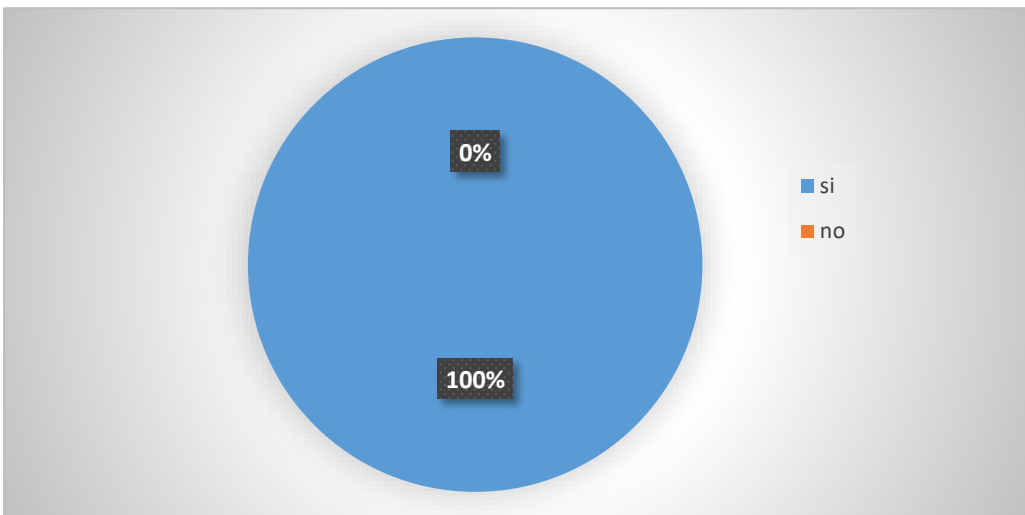
**Figura 11.** Conocimiento de técnicas modernas de la gestión de calidad  
**Fuente.** Tabla 3



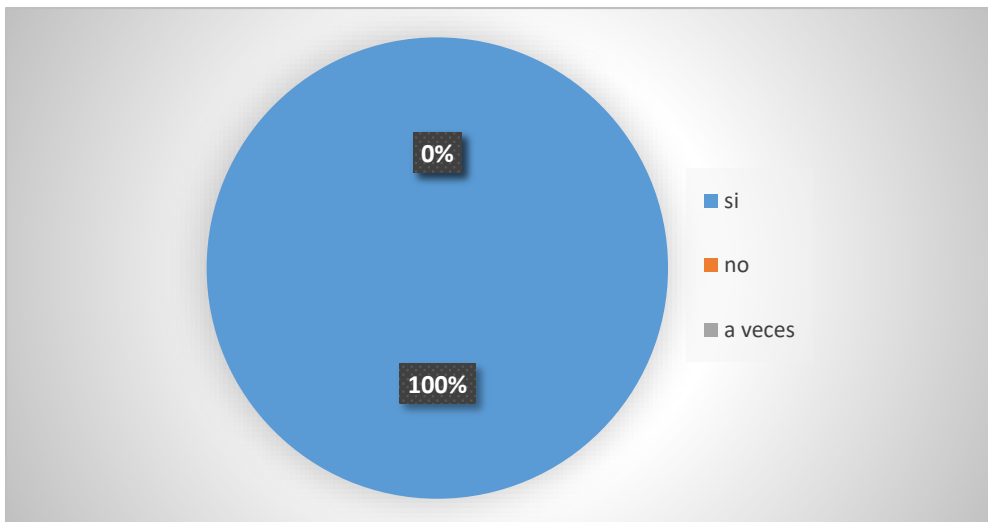
**Figura 12.** Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad  
**Fuente.** Tabla 3



**Figura 13.** Conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal  
**Fuente.** Tabla 3

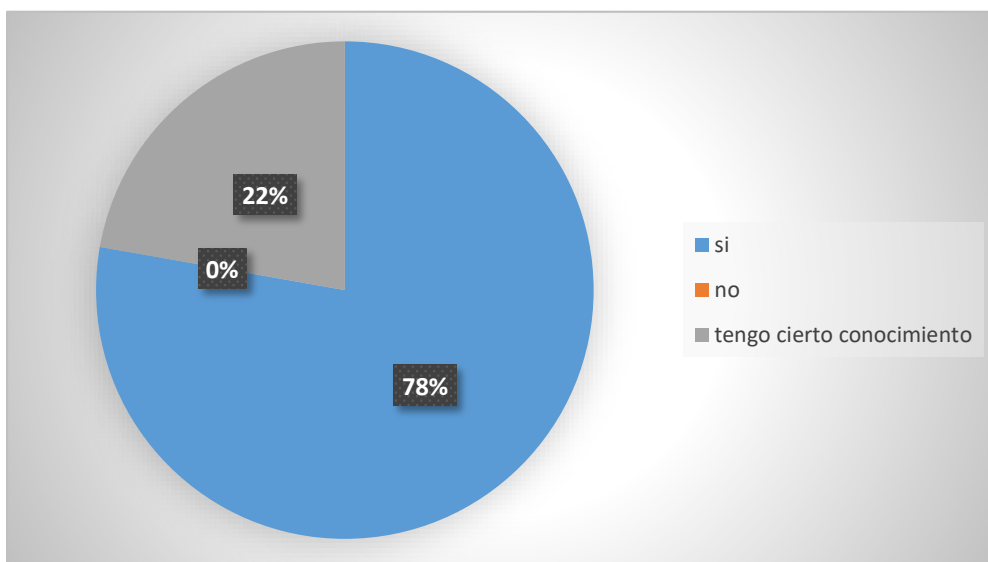


**Figura 14.** La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de negocio  
**Fuente.** Tabla 3



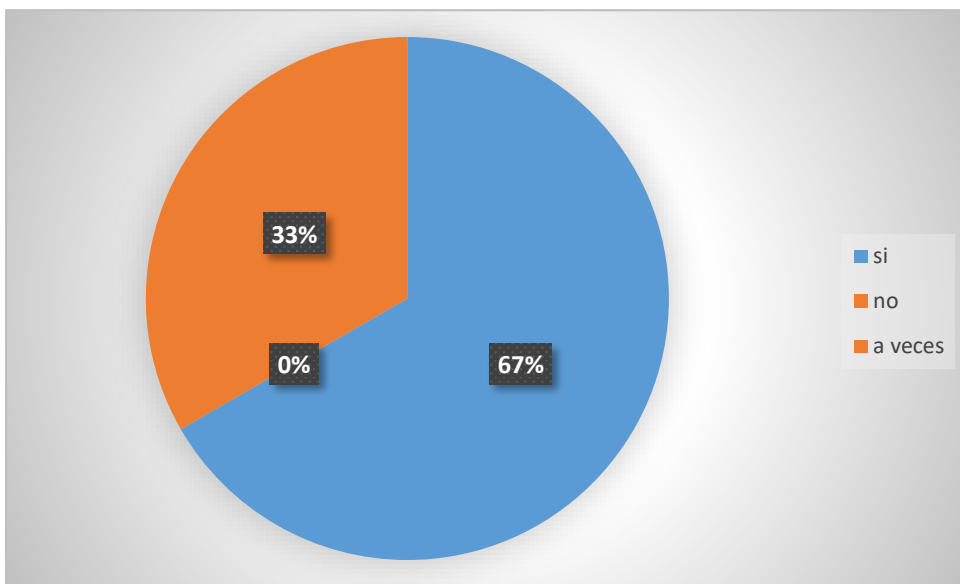
**Figura 15.** La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la empresa

**Fuente.** Tabla 3



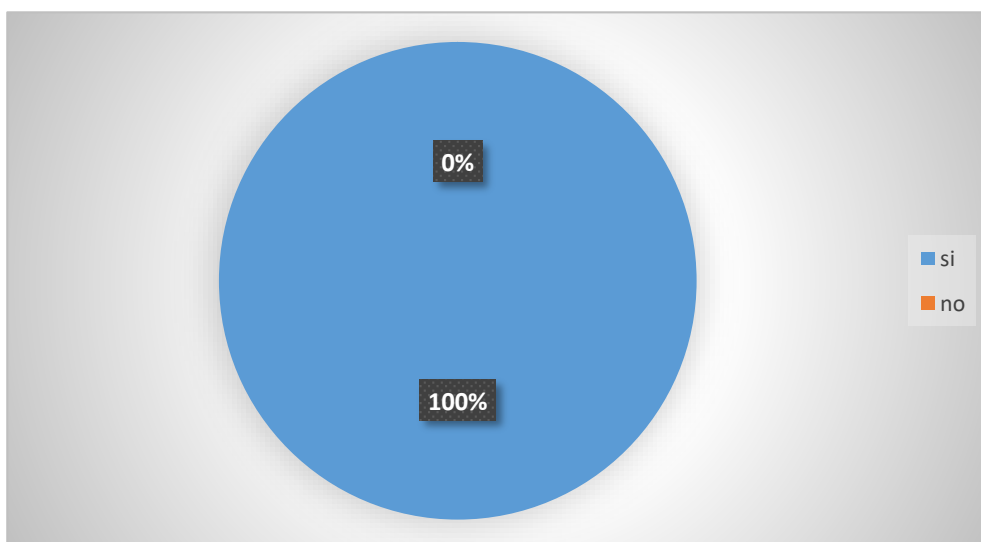
**Figura 16.** Conocimiento del término de atención al cliente

**Fuente.** Tabla 3



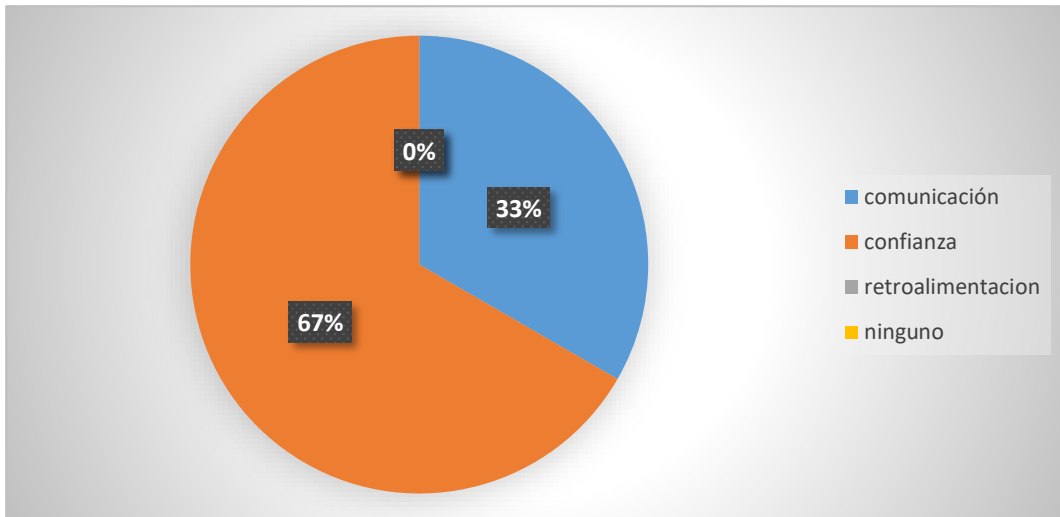
**Figura 17.** Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

**Fuente.** Tabla 3



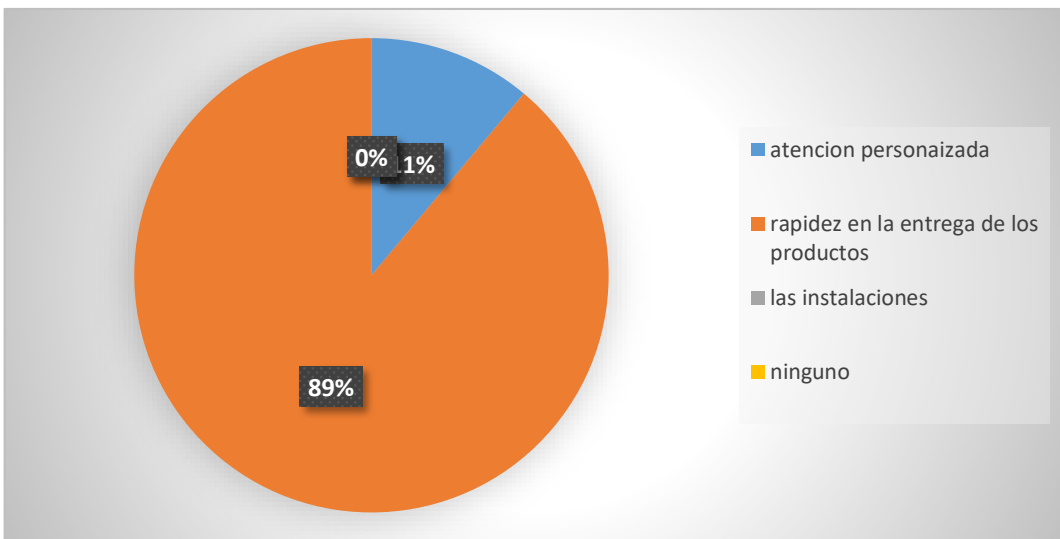
**Figura 18.** La atención al cliente es fundamental para que éste regrese

**Fuente.** Tabla 3



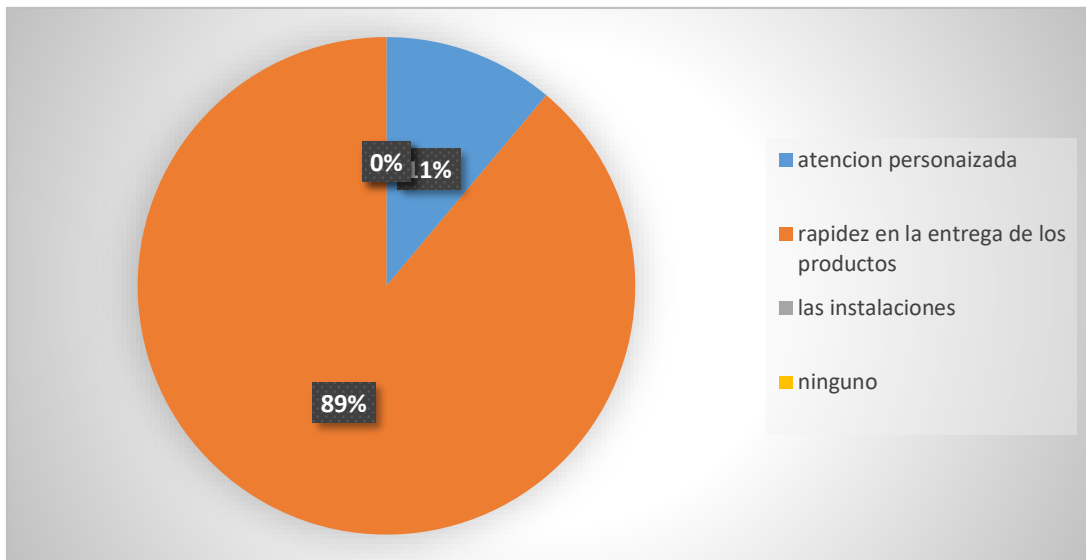
**Figura 19.** Factores que se utiliza para dar un servicio de calidad

**Fuente.** Tabla 3

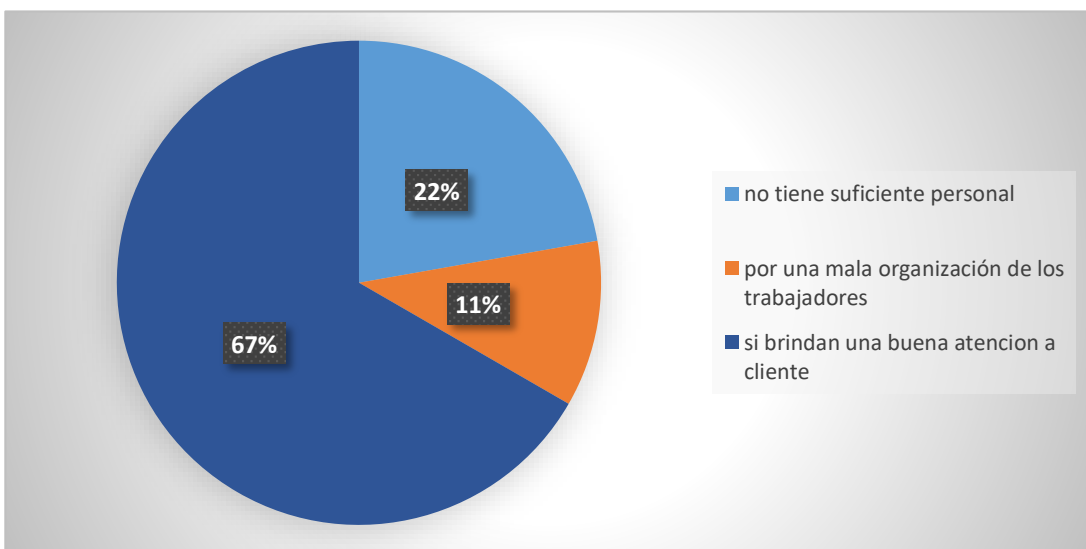


**Figura 20.** Principales factores para la calidad al servicio que brinda

**Fuente.** Tabla 3

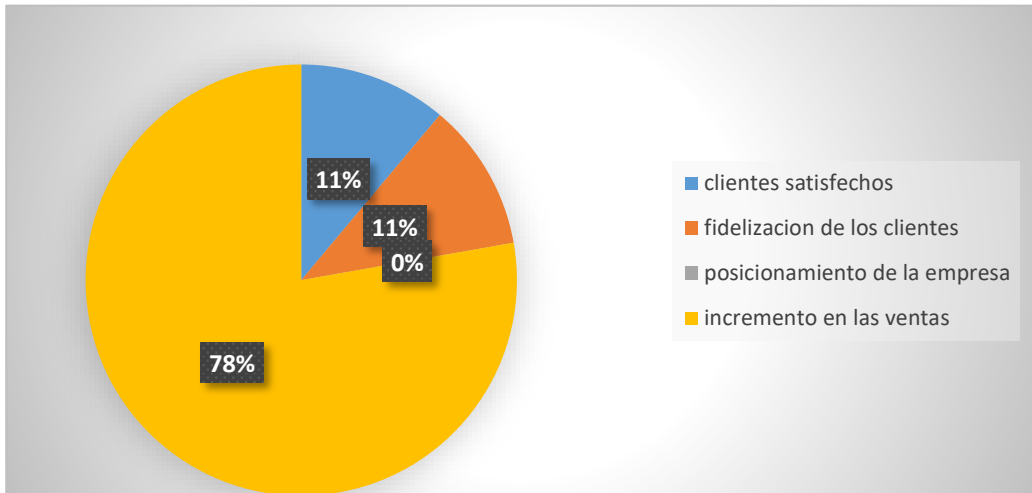


**Figura 21.** La atención brindada a los clientes  
**Fuente.** Tabla 3



**Figura 22.** Causas por la que se da una mala atención al cliente  
**Fuente.** Tabla 3





**Figura 23.** Resultados logrados brindando una buena atención al cliente  
**Fuente.** Tabla 3