



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE LAS 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 AGENCIAS MOVISTAR MÓVIL, CASCO URBANO DEL
DISTRITO DE CHIMBOTE, 2016

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

Bach. TANIA VASALLO SALDAÑA

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN
MEDINA

CHIMBOTE - PERÚ

2017

2. Hoja de firmas del jurado

Presidente:

Dr. Santos Felipe Llenque Tume

Miembro:

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro:

Mgtr. Héctor Ascensión Rivera Prieto

Agradecimientos.

A Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme sabiduría, experiencias y sobre todo felicidad.

A mi Familia por apoyarme en todo momento, por su motivación constante, sus valores que me han inculcado y sobre todo por su paciencia.

Agradezco la confianza, apoyo y dedicación de su Tiempo a mis docentes Reinerio Centurión, Miguel Limo y Felipe Llenque. Por haber Compartido sus conocimientos y su amistad.

Dedicatoria.

A Dios por guiarme en lo largo de mi camino, porque es mi único y gran amigo que siempre está en las buenas y las malas.

Quiero dedicar esta Tesis con todo cariño a mis queridos padres Benigno y Mabel por su gran apoyo, no sé qué habría sido mi vida sin ellos, y a mis únicas hermanas favoritas Ismeli y Verónica.

4. Resumen

La presente investigación, tuvo como objetivo determinar si las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano, del distrito de Chimbote, 2016. Aplican las herramientas de gestión de calidad en sus procesos administrativos. La investigación fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptiva y de diseño no experimental – transversal. Para llevar a cabo la investigación se escogió una muestra de 13 micro y pequeñas empresas de una población de 15, a quienes se aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados. El 69% tienen de 31 a 50 años de edad, El 62% son masculinos, El 54% su grado de instrucción es técnica, El 77% son dueños y el 69% desempeñan en el cargo más de 7 años. El 85 % tiene más 7 años de permanencia, El 69 % tiene de 1 a 5 trabajadores y el 100% su objetivo de creación es generar ganancia. El 92 % conoce gestión de calidad y la técnica atención al cliente. El 92% la gestión de calidad ayuda a mejorar el negocio. El 62% la mala atención es por una mala organización. **Se Concluye:** La mayoría de los representantes, están siendo dirigidas por personas de 31 a 50 años, son del género masculino, tiene superior no universitario. Permanecen y son dueños más de 7 años, tienen de 1 a 5 trabajadores y su objetivo es generar ganancia, La mayoría absoluta Sí conocen el término Gestión de Calidad, La totalidad conoce la herramienta de atención al cliente y esto los ayuda a alcanzar las metas de su negocio.

Palabras clave: Atención al Cliente, Gestión de Calidad, Micro y Pequeñas Empresas.

5. Abstract.

The purpose of this research was to determine whether the micro and small companies in the service sector, mobile movistar agencies, urban center, district of Chimbote, 2016. They apply the tools of quality management in their administrative processes. The research was quantitative, descriptive level and non - experimental - transversal design. To carry out the research, a sample of 13 micro and small companies from a population of 15 was chosen, to which a questionnaire of 22 closed questions was applied, applying the survey technique. Obtaining the following results. 69% are between 31 and 50 years of age, 62% are male, 54% are technically educated, 77% are owners and 69% are in the position for more than 7 years. 85% have more than 7 years of permanence, 69% have 1 to 5 workers and 100% of their creation goal is to generate profit. 92% know quality management and customer service technique. 92% quality management helps improve the business. 62% bad attention is due to poor organization. It is concluded: The majority of the representatives are being directed by people from 31 to 50 years old, they are male, they have a non-university superior. They remain and they are owners for more than 7 years, they have 1 to 5 workers and their objective is to generate profit. The absolute majority. They know the term Quality Management. The whole knows the customer service tool and this helps them to reach the goals. of your business.

Keywords: Customer Service, Quality Management, Micro and Small Businesses.

Contenido.

1. Hoja de firmas de jurado.....	ii
2. Hoja de agradecimientos.....	iii
3. Dedicatoria.....	iv
4. Resumen.....	v
5. Abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1- 5
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	6
2.1 Antecedentes	6-11
2.2 Bases teóricas.....	12-25
2.3 Marco Conceptual.....	26-29
III. HIOPTESIS.....	30
IV. METODOLOGÍA.....	31
4.1 Diseño de la Investigación.....	31
4.2 Población y Muestra.....	31
4.3 Definición y operacionalización de la variable.....	32
4.4 Técnicas e Instrumentos.....	33
4.5 Plan de análisis.....	34
4.6 Matriz de consistencia.....	34
4.7 Principios éticos	35
V. RESULTADO.....	36
5.1 Resultados.....	36-40
5.2 Análisis de Resultados.....	41-48
VI. CONCLUSIONES	49
VII. RECOMENDACIONES.....	50
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51
Anexos.....	55-75

Índice de tablas y figuras.

Tablas N°01: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.....	36
Tabla N° 02: características de las micro y pequeñas empresas.....	37
Tabla N ° 03: características de la variable gestión de calidad y la herramienta atención al cliente.....	38-40
Figura N° 01 edad del representante.....	65
Figura N° 02 sexo del representante.....	65
Figura N° 03 grado de instrucción.....	66
Figura N° 04 cargo que desempeña.....	66
Figura N° 05 tiempo que desempeña en el cargo.....	67
Figura N° 06 años de permanencia..	67
Figura N° 07 número de trabajadores.....	68
Figura N° 08 las personas son familiares.....	68
Figura N° 09 objetivo de creación.....	69
Figura N° 10 conoce el termino de gestión de calidad.....	69
Figura N° 11 técnicas modernas de gestión de calidad.....	70
Figura N° 12 que dificultades tiene ´para implementar la gestión de calidad.....	70
Figura N° 13 técnicas para medir el rendimiento del personal.....	71
Figura N° 14 gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio.....	71
Figura N° 15 la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos.....	72
Figura N° 16 conoce el termino de atención al cliente.....	72
Figura N° 17 aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda.....	73

Figura N° 18 la atención al cliente es fundamental para atraer a los clientes.....	73
Figura N° 19 como es la atención que está brindando.....	74
Figura N° 20 por que motivos se da una mala atención	74
Figura N° 21 la empresa es eficiente cuando atiende reclamos.....	75
Figura N° 22 la atención al cliente permite el posicionamiento a la empresa.....	75

I. INTRODUCCIÓN

En el mundo actual donde muchas de las empresas familiares no logran sobrevivir al asedio competitivo de las grandes empresas, por la falta de implementación de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas hacen que sean menos productivas y competitivas. A diario las empresas pierden clientes por un mal servicio que les brindan, muchas empresas siguen despreocupándose por el grado de satisfacción de sus clientes, no son conscientes de que esto supone, las pérdidas que pueden acarrear en su negocio. La mala gestión en atención al cliente puede despertar reacciones negativas en las personas, además deja latente el riesgo de generar una mala publicidad de boca a boca, pues el consumidor puede dejar de adquirir productos o servicios de una marca y optar por recurrir a los de la competencia.

La falta de profesionalidad del personal de la empresa es uno de los principales motivos que causan el descontento de los clientes y por otra parte la falta de aplicación de las herramientas de gestión de calidad en atención al cliente por parte de los dueños de las micro y pequeñas empresas, o por un cambio en la gestión con un nuevo líder, también una mala gestión en atención al clientes se da ya sea por falta de capacitación al personal, no realizan motivaciones constantes a sus trabajadores.

A pesar de la importancia que presentan estas micro y pequeñas empresas muchas de ellas tienen problemas que limitan su crecimiento y desarrollo en el mercado empresarial.

Una de ellas es la falta de implementación de gestión de calidad en la atención al cliente. Pero este problema no solamente es a nivel nacional si no también internacional. Por mencionar: En Europa, el proceso de gestión de calidad consiste en lograr reflexión, emisión de juicios de valor y toma de decisiones que contribuyan al desarrollo de la cultura de evaluación, reconozcan la importancia del autoconocimiento, tomando como referente un modelo de gestión a partir de sus resultados realizar acciones que permitan alcanzar la mejora de los procesos que se desarrollan en la prestación de los productos o servicios.

Es un medio para el aprendizaje, la retroalimentación permanente y la toma de decisiones, por lo que es una herramienta esencial para los procesos de planificación, ejecución, verificación y mejoramiento de la empresa.

Este proceso de gestión de calidad sirve para conocer la realidad de la empresa y plantear procesos de mejoramiento continuo, como parte de la gestión de calidad en atención al cliente, y también ayudar en el aprendizaje de los procesos y la forma en que se realizan. **(Sales 2011)**. Así mismo En España, El gran reto que tiene hoy en día la gestión de calidad es conseguir que el cliente se sienta satisfecho y con sus necesidades cubiertas, pero debido tanto a la dinámica social y cultural que tiene la empresa actual como a la llegada de las nuevas tecnologías, está obligada a imprimir cambios en su filosofía y modo de hacer. Esto significa potenciar dentro de la compañía una «cultura cliente» para lo que precisa contar con un personal en actitud positiva, con un gran sentido de la responsabilidad y con formación suficiente para poder comunicar a los clientes todos los intangibles que lleva consigo la palabra servicio o producto, la gestión de calidad en la atención ha pasado pronto a ser un imperativo del siglo XXI y por ello las compañías españolas no pueden permitirse el lujo de sufrir retrasos en este aspecto. Los empresarios saben que el coste de mantenimiento de un cliente es notablemente inferior al coste de conseguir uno nuevo y a su vez sensiblemente menor al de recuperación de un cliente perdido. Entonces, ¿por qué no potenciar ya una cultura de atención al cliente que nos permita fidelizarlos? Utilicemos herramientas de gestión de calidad **(Muñiz 2011)**. Y por otro lado En América Latina, la mayoría de los empleados latinoamericanos trabaja para empresas con cinco o menos empleados. Muchas veces considerado como un motor del desarrollo, el espíritu emprendedor genera puestos de trabajo e impulsa el crecimiento económico. Si bien la creación de empresas en el país es elevada, las compañías que sobreviven crecen a una tasa mucho más baja que sus similares en otras regiones y compañías de ingreso medio. El panorama económico de las micro y pequeñas empresas tienden a empezar pequeñas y permanecer pequeña debido a que los emprendedores no innovan y no implementan una gestión de calidad dentro sus procesos laborales **(De la Torre 2013)**. Del mismo modo En Brasil, una de las preocupaciones de los especialistas como Luiz Barreto, presidente del servicio brasileño a las micro y pequeñas empresas SEBRAE, y de Carlos Pegurier, de Koton Educacional, es la falta de preparación sobre una buena gestión

de calidad que tiene el emprendedor para crecer en su actividad. El sueño del pequeño empresario de abrir su propio negocio es un sueño que necesita ser ayudado, según una encuesta de Endeavor realizada en 2013, el 75% de los brasileños tenía interés en abrir su propio negocio, pero a raíz de la falta de planificación e implantación de las herramientas de gestión es alta la tasa de mortalidad de las empresas que llegan a los cinco años sin preparación ni gestión empresarial **(Zabalza 2014)**. También sucede En Colombia, la pequeña y mediana empresa representa cerca del 92% de las empresas legalmente constituidas en dicho país. Sin embargo, la falta de políticas coherentes por parte del Estado, así como las deficiencias en su manejo ha llevado a que este tipo de empresas atraviesen por uno de sus peores momentos económicos, con claras repercusiones en el campo social y económico para el país. El equipo de investigación en pequeña y mediana empresa de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia, a lo largo de los dos últimos años, ha estudiado los principales problemas que aquejan a las PYMES en ese país, con el fin de desarrollar metodologías de gestión de calidad para que las diferentes áreas de la empresa mejoren su eficiencia **(Beltrán 2011)**. Por otro lado, En Perú, la gestión de calidad juega un rol muy importante, pues de su eficiencia producto de la dirección, habilidades y estrategias que utilice, dependerá la obtención de buenos resultados. De allí uno de los aspectos fundamentales en las empresas es la gestión empresarial, porque busca a través de las personas, mejorar la productividad de las empresas o negocios. Además, contar con las herramientas de gestión de calidad adecuadas será uno de los factores clave para alcanzar los objetivos de éxito **(Gonzales 2014)**. Del mismo modo En Ancash, la mayor cantidad de conflictos que las MYPES cada día pasan debido a una falta de orientación y por una falta de implementación de las herramientas de gestión de calidad. La mayoría de empresarios son informales y eso limita las posibilidades de crecimiento de las unidades productivas **(Baltra 2012)**.

Una mala gestión de calidad en atención es la manera más rápida y efectiva de perder clientes o de no conseguir nuevos. Muchas empresas buscan aumentar sus ganancias y las ventas destacándose con las mejores ofertas o los productos más sofisticados, dejando de lado uno de los aspectos más importantes para alcanzar el éxito: las herramientas de gestión de calidad en atención al cliente. Probablemente, un cliente insatisfecho con la atención no nos compre, y en caso de que ya nos haya

comprado, es probable que no vuelva, o mejor dicho que no logremos su fidelidad. Esto afectara a la empresa a que bajen sus ingresos y posteriormente lleguen al fracaso por no implementar herramientas de gestión de calidad en atención al cliente.

Debido a que los clientes son la razón de ser de las organizaciones, es importante llevar una buena gestión de calidad, brindarles un buen servicio, un reclamo es una forma de decir a la empresa que lo puede hacer mejor. Si se atiende, el cliente permanecerá y la empresa crecerá. Los gerentes de las empresas deben planificar y aplicar cada herramienta de gestión de calidad, como es la atención al cliente el principal factor para llegar al éxito. Se debe Proponer soluciones para contrarrestar las causas de las debilidades en esta área. De esta manera, será posible proponer puntos de mejoramiento en gestión de calidad y satisfacción de los clientes actuales y el mejoramiento de la imagen empresarial frente a estos y los futuros clientes.

En Chimbote, donde se desarrolló la investigación existen micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de celulares denominadas agencias de movistar móvil, pero se desconoce las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas y si es que aplican la gestión de calidad en sus procesos administrativos y que estrategias utilizan, por lo tanto, se planteó la siguiente pregunta de investigación. ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016?.

De esta manera se plantea los siguientes objetivos, como general. Determinar las principales características de la gestión de la calidad en la atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Y como objetivos específicos. Determinar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Y Determinar las principales características de la gestión de la calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del

sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

El presente estudio de investigación se justifica porque permitirá conocer las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio. Obteniendo conocimiento sobre cuáles son las estrategias de brindar una buena atención al cliente.

Permitirá conocer si las micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio implementan herramientas de gestión de calidad, como es la atención al cliente para el proceso de sus actividades empresariales, y así lograr la respectiva competitividad en los mercados.

Esta herramienta de atención al cliente de la gestión de calidad ayudara a los gerentes de las micro y pequeñas empresas de las agencias movistar móvil, para que lo implementen, ya que continuamente tienen contacto directo con los clientes, y tomen en cuenta que del cliente depende la utilidad que la empresa espera tener.

Asimismo, este trabajo servirá para futuras investigaciones, sobre la aplicación de una gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes.

Ríos (2015) en su estudio de investigación titulado: Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de huanchaco año 2014. Planteó el objetivo General de Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios. Llego a los siguientes resultados:

El 65% de representantes son de sexo masculino, El 35% de los representantes legales de las MYPES encuestadas su edad fluctúa entre 35 a 44. El 60% los representantes legales de las MYPES encuestadas predomina la instrucción superior universitaria completa, El 50% el tiempo en años predomina de 5-7 años, El 90% de las MYPES son formales. El 95% de número de trabajadores permanentes representa la MYPE. El 45% la finalidad por la que se formó la MYPE fue para generar ingresos para solventar los gastos familiares. El 50%. Los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención. El 85% creen que la gestión de calidad es importante para la empresa. El 75% respondieron que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad. El 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado. El 85% de los representantes legales de las MYPES encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad. El 60% de los representantes legales de las MYPES encuestadas, respondieron que su capital social asciende de 11000 a 15000. Concluye que: Los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65% de los gerentes encuestados son de sexo masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cual se representa en un 60%. El tiempo que que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las MYPES son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. Del estudio realizado se concluye que el 50% d los representantes legales o gerentes de las MYPES en el distrito de Huanchaco, afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención.

Espinoza (2014) en su estudio de investigación titulado: “Caracterización de formalización y Gestión de Calidad de las MYPES comerciales rubro calzado, Piura, 2013”. Planteo como objetivo general: Identificar las principales ventajas de la formalización y el logro de la gestión de la calidad, Y Llego a los siguientes resultados:

Se planteó el siguiente objetivo general Identificar las principales ventajas de la formalización y el logro de la gestión de la calidad, de las MYPES. Llego a los siguientes resultados:

El 56% recibe capacitación para atención al cliente en el rubro de calzado. El 56% creen que la buena atención determina la calidad del servicio. El 63% creen que la empresa basa su crecimiento en las características del servicio que brinda. El 63% respondieron que la empresa utiliza métodos para evaluar la mejora de los procesos, tales como autoevaluaciones y revisiones por parte de la dirección. El 70% respondieron que una buena gestión de calidad genera el éxito de la empresa. El 97% creen que están en constante crecimiento en el mercado. El 97% creen que la empresa trabaja con mecanismos que garantizan la calidad de servicios. El 83% comentaron que sí realizan mediciones de los procesos de la gestión de calidad para determinar que sí se logran los objetivos planificados. El 87% comentaron que sí han facilitado la promoción de políticas y objetivos para incrementar la conciencia, motivación y participación de los servicios en la entidad. El 97 % de los directivos utilizaron métodos correctivos y preventivos para identificar áreas de mejoras. El 67% de la mayoría de los trabajadores respondieron que sí sería una gran ventaja estar formalizados. El 77% de entrevistados respondieron que la productividad se encuentra en un nivel alto. El 50% respondieron que debe ir de la mano la Gestión de Calidad. Concluye que: Los pequeños empresarios dan a conocer que el enfoque de una buena gestión de calidad basada en planificación les ha permitido alcanzar los objetivos programados, con este proceso de innovación emplearon ventajas competitivas de forma sistemática, las cuales facilitaron una rentabilidad mejorada para su empresa y por ende participan en la cadena productiva, contribuyendo asimismo con los indicadores económicos en la economía peruana.

Farfán (2015) en su estudio de investigación titulado: “Gestión de Calidad de las MYPE del sector servicio, rubro pilado de arroz de la provincia Sullana, Año 2014”. Se planteó el siguiente objetivo General: Describir las características de la Gestión de Calidad de las MYPE del sector servicio. Llego a los siguientes resultados:

El 62% de las empresas iniciaron su negocio hace más de tres años. El 62 % de las empresas cuenta con menos de cinco operarios. El 38 % de las MYPES encuestadas algunas veces definen los objetivos de la empresa. El 39% de las empresas casi siempre han definido la misión, visión y valores de la organización. El 39% de las organizaciones algunas veces comunican la misión, visión y valores de la organización. El 38% casi siempre aplica métodos de mejora en sus procesos. El 46 % casi siempre hace uso de la documentación necesaria para la planificación, operación y control de procesos el 54% casi siempre satisfacen las Necesidades y expectativas de los clientes a través de su documentación. El 39% Con respecto a la comunicación que les otorgan a sus trabajadores las MYPES casi siempre lo hacen. El 38% de las empresas encuestadas manifiestan los trabajadores prefieren el estímulo verbal. El 62% de las personas encuestadas eran los administradores de la empresa. El 69% de los encargados de administrar las MYPES manifestaron que se consideraban líderes participativos. El 46 % de las personas encuestadas en las MYPES manifestó que casi siempre delegan funciones. El 54% de los directivos de las MYPES, algunas veces se orientan. El 77% de los directivos de las MYPES se ha orientado en cursos relacionados con planes de negocios. El 31 % de las empresas se preocupa por el bienestar de sus trabajadores. El 46% de las MYPES cumple con objetivos organizacionales con frecuencia. El 61% de las empresas Con respecto al cumplimiento de los servicios en el tiempo establecido casi siempre lo ha realizado. El 62 % de las empresas manifiestan que casi nunca presentan inconvenientes en el servicio que se brinda. Concluye: La mayoría de ella tiene como tiempo de funcionamiento por encima de los tres años. Y finalmente en dichas empresas en su mayoría cuentan con 2 a 5 trabajadores incluyendo el dueño. En cuanto a la aplicación de la gestión de calidad en las MYPE del sector servicio, Podemos describir que los planes estratégicos basados en la misión, visión, valores de la organización y objetivos de la empresa no están bien definidos en algunas organizaciones. La orientación hacia los trabajadores de las MYPE no son las adecuadas, puesto sólo lo hacen en pos de mejora de la productividad sin tener en

cuenta de la mejora anímica del trabajador. Finalmente se describe que el tipo de funciones que ejercen los directivos es participativo, siendo recomendable el liderazgo autocrático, mostrando de esta forma poca preocupación por capacitar a su personal.

Cieza (2014) en su estudio de investigación titulado: “Gestión de calidad y formalización de las MYPES del sector comercio rubro – compra y venta de calzado en el centro comercial “el virrey” - Trujillo, año 2013”. Planteó el objetivo general determinar y describir las principales características en la Gestión de calidad y formalización en las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio. Llego a los siguientes resultados:

El 50% de las MYPES tiene edad entre 30 a 50 años. El 75% de las MYPES es de género masculino. El 37.5% tiene secundaria completa. El 100% la totalidad sí comercializa productos fabricados mediante proceso estandarizado de producción. El 75% utilizan un plan estratégico. El 62.5% sí ha implementado el servicio pre y posventa con ayuda de redes sociales. El 62.5% orienta al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente en el año 2013. El 75% sí actualiza modelos de productos, según los gustos del cliente. El 50% sí evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización su producto. El 75% sí usa las herramientas en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto. El 100% de las MYPES sí son formales. El 62.5% de las MYPES. sí recibió asesoría de entidades públicas y/o privadas. Concluye que: La mitad de las MYPES encuestadas se establece que los representantes tienen entre 30 a 50 años, la mayoría son de género masculino y la mayoría relativa tienen secundaria completa. Todas las MYPES encuestadas opinan que obtendrán con la formalización acceso al crédito financiero, así mismo recibió asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial, opinan que la formalización aumenta los costos laborales y contribuye a la expansión en la comercialización del producto de su empresa.

Hernández (2015) en su estudio de investigación titulado: “gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014”. Tiene como objetivo general determinar las características del marketing de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del distrito de LA ESPERANZA año 2014. Llego a los siguientes resultados:

El 40% de los gerentes y /o administradores de las MYPES encuestadas tienen una edad entre los 30 y 40 años. El 66.67% de los administradores de las MYPES son del sexo femenino. El 53.33 % de los de los gerentes y/o administradores de las MYPES encuestadas tienen solo secundaria completa. El 66.67 % de las MYPES encuestadas sí realizan orientaciones a la mejora del servicio. El 53.33% de las MYPES encuestadas piensa que la orientar es responsabilidad de la empresa. El 53.33 % de la MYPES encuestadas piensa que la calidad más el precio es el principal criterio. El 60% de las MYPES encuestadas indican que no mantienen una política de salud e higiene en el trabajo. El 66.67% de las MYPES encuestadas aplican la innovación tecnológica. El 60% de las MYPES encuestadas opta por la estrategia liderazgo general en costos. El 75% indican que el precio es accesible. El 62.5% de los clientes encuestados indican que la calidad es buena. El 75% de los clientes encuestados indican que la atención es buena. El 62.5 % de los clientes encuestados indican que el tiempo de espera fue normal. El 75 % de los clientes encuestados indican que la calidad fue buena. El 25 % de los clientes encuestados indican que es el precio es adecuado. El 50 % de los clientes encuestados indican que la evolución es buena. Concluye que: el estudio realizado la mayoría de los Gerentes y/o Administradores cuentan con estudios secundarios completos (53%) y (27%) cuentan con estudios primarios; esto significa una gran desventaja para el negocio ya que el mayor porcentaje de Gerentes y/o Administradores cuenta con estudios secundarios completos; esto implica que deberán orientarse en temas relacionados con el rubro y gestión de calidad. La gestión de calidad de las empresas no se maneja por ningún tipo de estándar. En la mayoría de las empresas, solamente apelan a criterios que se manejaron o aprendieron y que en algún momento dieron resultados, pero el negocio evoluciona y no se puede permitir el mantener ideas o costumbre que no vayan a la par de la expansión del negocio.

Pineda (2014) en su estudio de investigación titulado: “caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro transporte turístico terrestre del distrito de Huaraz, 2014”. Planteó el siguiente objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro transportes turístico terrestre del distrito de Huaraz, 2014. Llegó a los siguientes resultados: El 50% manifiestan tener de 31 a 40 años de edad.

El 90% son de sexo masculino. El 70% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitario. El 50% manifiesta que muy pocas veces identifican y analizan la situación actual de la empresa. El 50% manifiestan que muy pocas veces identifican los problemas potenciales que se puede presentar dentro de la empresa. El 70% manifiestan que muy pocas veces implementan cursos de gestión en base a sus potencialidades y debilidades. El 40% manifiestan que muy pocas veces implementan todos los recursos necesarios para el servicio adecuado. El 50% manifiesta que muy pocas veces solucionan los problemas que se presenta en el proceso de prestación de servicios por parte del personal. El 30% manifiesta que muy pocas veces elaboran encuestas de satisfacción al cliente. El 40% manifiesta que muy pocas veces cumplen con todas las normas establecidas. El 70% manifiesta que muy pocas veces verifican las actividades que se realiza en el proceso de prestación de servicios. El 60% manifiestan que muy pocas veces adquieren nuevas tecnologías para el proceso de prestación de servicios. El 50% manifiesta que muy pocas veces elaboran el plan de mejoramiento dentro del proceso de prestación de servicios. Concluye que: En cuanto a las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, son formales y son administradas por gerentes varones de 41 a 50 años de edad con grado de instrucción superior no universitario. Respecto a las principales características de la gestión de calidad, los resultados del estudio nos muestran que los gerentes no planifican, no evalúan y no verifican las actividades que se llevan a cabo dentro del proceso de prestación de servicios dentro de la empresa, lo cual existe una deficiencia de gestión de calidad por parte de los gerentes, teniendo como resultado una inadecuada atención al cliente.

2.2. Bases Teóricas.

Las Micro y Pequeñas Empresas.

Según La Ley 28015 (2003). Las Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

Esta ley nos define claramente el concepto de las micro y pequeñas empresas que son constituidas como personas naturales se refiere a las de RUC diez y personas jurídicas se refiere a RUC veinte y de cualquier actividad o rubro que deseen crear, para ambos servicios rigen bajo la misma ley de las micro y pequeñas empresas.

Es por ello en el estudio realizado de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, del rubro agencias movistar móvil, pude constatar en el momento de las encuestas que están constituidas bajo esta ley 28015.

Las Características de las Micro y Pequeñas empresas.

Según La Ley 30056 (2013). Las Micro y Pequeña Empresa Se ha eliminado el número máximo de trabajadores como elemento para categorizar a las empresas, quedando solo el volumen de ventas como criterio de categorización; además, se ha creado un nuevo nivel de empresas.

- **Microempresa:** ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.
- **Pequeña empresa:** ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.
- **Mediana empresa:** ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

De acuerdo a la ley 30056 las micro y pequeñas empresas ya no están clasificadas por el número de trabajadores sí no por el total de ventas anuales en UIT, han sido excluido el número de trabajadores, porque una pequeña o grande pueden tener igual o más trabajadores.

En el estudio de investigación realizado a las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano de Chimbote, 2016. de acuerdo a los resultados obtenidos se, pudo apreciar que la mayoría de negocios cuentan con 1 a 5 trabajadores y un 23 % de 11 a más trabajadores, es por ello que no tiene límites tener un cierto número de trabajadores tal como lo explica esta ley 30056.

Tipo de Micro y Pequeñas Empresas.

Según Caferatta (2010) existen diferentes tipos de micro y pequeñas empresas que se clasifican de la siguiente manera.

MYPES de supervivencia o de Subsistencia: Necesidades financieras de aplicación en las MYPES

MYPES de Acumulación o en desarrollo: Necesidades financieras de aplicación en las MYPES o de aplicación familiar

MYPES consolidadas o dinámicas: necesidades financieras de aplicación en la economía familiar

Tal como lo menciona Caferatta hay tres tipos de micro y pequeñas empresas que a continuación se detalla cada una.

MYPES de supervivencia o de subsistencia: Son aquellas micros y pequeñas empresas que son creadas con la finalidad de estar en el mercado manteniéndose en el mismo estándar y no se esfuerzan por incrementar su productividad empresarial.

MYPES de acumulación o en desarrollo: son a aquellas micro y pequeñas empresas que su objetivo de creación es generar ganancias y desarrollarse en el mundo empresarial.

MYPES consolidadas o dinámicas: estas micro y pequeñas empresas creadas con la finalidad de crecer económicamente, son la mayoría de MYPES creadas por familias.

En los resultados obtenidos se puede constatar que en su totalidad de micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro agencias movistar. El objetivo de su creación es generar Ganancia (ver tabla N° 01).

Importancia de las Micro y Pequeñas empresas.

- 98.3% de las empresas son MYPES.
- Genera el 88 % del empleo.
- Existen más de 2.5 millones de empresas (74 % son informales).
- Representan el 42.1% del PBI.

Las micro y pequeñas empresas en la actualidad representan una vital importancia dentro de la actividad productiva de nuestro país, tales como la más importante generan empleo a miles de personas, contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico, reducen la pobreza, incentivan el espíritu emprendedor, y lo más importante son la principal fuente de ingreso en el sector privado.

En nuestra ciudad de Chimbote las microempresas privadas son las que dan más empleo que las de la entidad pública.

Objetivos de las Micro y Pequeñas Empresas

Según la Ley 28015, (2003) la presente ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones y su contribución a la recaudación tributaria.

La ley 28015 nos habla de su principal objetivo de las micro y pequeñas empresas es generar empleo, lograr formalizarse y contribuir con la economía de nuestro país para poder avanzar en el mundo desarrollado. Para los dueños de las

Agencias de Movistar su objetivo es generar ganancia y dar trabajo a más personas.

Régimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa

Este régimen laboral tiene como finalidad promover la formalización de los trabajadores de las micro y pequeña empresa, así como el acceso a los derechos socio laborales, la seguridad y salud en el trabajo y la seguridad social, reconocidos por ley.

Es muy importante este régimen laboral, protege a los trabajadores sus derechos en la empresa para así que estén más seguros.

Derechos Laborales Fundamentales

Según Ley 30056 (2013) en toda empresa, cualquiera que sea su dimensión, ubicación geográfica o actividad, deben respetar los derechos laborales fundamentales.

Por tanto, deben cumplir lo siguiente:

No utilizar, no apoyar el uso de trabajo infantil, entendido como aquel trabajo brindado por personas cuya edad es inferior a las mínimas autoridades por el código de los niños y adolescentes.

Garantizar que los salarios y beneficios percibidos por los trabajadores cumplan, como mínimo, con la normatividad legal.

No utilizar ni auspiciar el uso de trabajo forzado, ni apoyar o encubrir el uso de castigos corporales.

Garantizar que los trabajadores no podrían ser discriminados en base a raza, credo, genero, origen y en general en base a cualquier otra característica personal, creencia o afiliación igualmente, no podrá efectuar o auspiciar ningún tipo de discriminación al remunerar, capacitar, entrenar, promocionar, despedir o jubilar a su personal.

Respetar el derecho de los trabajadores a formar sindicatos y no interferir con el derecho de los trabajadores a elegir, o no elegir y a afiliarse o no a organizaciones legalmente establecidas.

Proporcionar un ambiente seguro y saludable de trabajo.

La ley 30056 nos habla claramente que se deben respetar los derechos de los trabajadores. Como es el caso apoyar a erradicar el trabajo infantil sobre todo en nuestra ciudad de Chimbote, respetar sus horarios de los trabajadores y de realizar trabajo extra ser recompensados. No forzar el trabajo, en el trabajo no debe de haber discriminación por raza, condición económica ni discapacidad. Sobre todo, brindar un ambiente adecuado a los trabajadores para que se sientan satisfechos y puedan ser más eficientes, esto se compara con la versión verbal de los dueños de las micro y pequeñas empresas de Agencias Movistar cuando realizamos las encuestas nos comentaron que tienen en planilla a sus trabajadores y respetan su tiempo laboral.

El crecimiento de las MYPES del sector servicios.

Según ComexPerú, (2012) las MYPES dedicadas a la prestación de servicios se incrementaron de 43.5% a 50.3% del total entre el 2007 y el 2011. El rubro de servicios lidera el sector de las MYPES, seguido por comercio con 36.7% y la manufactura con un 18%.

La Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú) dijo que los ingresos mensuales obtenidos por las referidas actividades fueron de 1,474; 3,193 y 1,707 nuevos soles, en promedio, respectivamente. Mientras que el costo total mensual promedio en mano de obra fue de 199 soles. La ganancia neta de las MYPES fue, aproximadamente, 742 soles, superior a los 566 soles de 2007.

De acuerdo con la referida encuesta, en el 2011 se registraron alrededor de 6.19 millones de MYPES, 73% de las cuales se encuentra en zonas urbanas, mientras que un 27% se ubican en las regiones Lima y Callao (1.7 millones de establecimientos).

Las MYPES tienen una antigüedad promedio de siete años, aunque solo operan durante nueve meses del año en promedio; y cuentan con un promedio de dos trabajadores que, en el 75% de los casos son mayormente familiares del dueño, según datos al 2011.

Con respecto a la creación de las MYPES, durante el 2011, el 49.3% decidió emprender su negocio por necesidades económicas, motivo que en 2007 correspondía al 37.5% de los casos.

Otras circunstancias que llevaron a fundar una MYPE fueron la búsqueda de mayores ingresos (24%), el deseo de ser independiente (14%), el fracaso en la búsqueda de trabajo asalariado (5.7%) y la continuidad de la tradición familiar (3.5%).

Finalmente, ComexPerú se refirió al registro de las MYPES y recordó que un 88% de estas empresas no estaban inscritas en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), situación que se ha mantenido durante los últimos cinco años.

Las MYPES han registrado un aumento significativo en sus ganancias, sin embargo, no se refleja en un deseo de buscar la formalidad, y se observa que el 71.1% de las MYPES no lleva ningún tipo de registro de sus ventas. De acuerdo a la publicación de la revista de sociedad de comercio exterior del Perú COMEXPERÚ las MYPES del sector servicio son más las que ocupan el territorio empresarial privado aproximado de 43% a 50 %, seguido el sector comercio. Cabe resaltar que en nuestra ciudad de Chimbote donde se realizó la investigación los negocios que abundan son del sector servicio, ejemplo: puedes ser distribuidor o punto de venta de cualquier empresa grande, tal es el caso las micro y pequeñas empresas de agencias movistar, porque es más fácil prestar un servicio, requiere menos capital a comparación con una de producción que se requiere maquinaria, más cuidado, materia prima, etc.

Características del Emprendedor.

Emprendedor es una persona creativa que busca oportunidades de negocio para emprender un nuevo proyecto, es innovadora y siempre tiene mente positiva y esta apta para resolver cualquier problema, a continuación, detallo algunas características de ser emprendedor.

Un emprendedor se encuentra en búsqueda constante de oportunidades, analizando su entorno, Suele ser creativo e innovador, muestra iniciativa, siempre Persevera constantemente además es persistente, tiene afán de logro y tolerancia a la frustración, resiste al fracaso pero nunca se da por vencido y aun así Confía en sí mismo, tiene alta autoestima, Independiente, motivador, positivo, optimista, realista y sobre todo es el quien Toma decisiones en base a un análisis exhaustivo de las oportunidades, es un negociador , sabe ganar y perder.

Gestión de Calidad.

Gestión.

Gestión es administrar un negocio o empresa de la manera más efectiva para que funcione correctamente, implementando los procesos administrativos como es la planificación,

Organización, control y la dirección. Para los micro empresarios de Agencias Movistar de Chimbote la Gestión es dirigir una organización con un buen equipo de trabajo.

Según Rementeria (2008) Gestión es la “actividad profesional tendiente a establecer los objetivos y medios de su realización, a precisar la organización de sistemas, a elaborar la estrategia del desarrollo y a ejecutar la gestión del personal”. No considera la gestión como una ciencia disciplinada; sino como parte de la administración, o un estilo de administración.

El Autor explica la gestión como una actividad profesional que implica alcanzar los objetivos de la organización elaborando estrategias de desarrollo que ayuden a la empresa a crecer.

Según Restrepe (2008) Gestión es como una “función institucional global e integradora de todas las fuerzas que conforman una organización”.

Y para Restrepe gestión es una función empresarial conformada por todo el personal de la empresa.

Calidad.

La calidad es una cualidad que debe tener toda empresa para tener un mayor rendimiento, cumpliendo con normas para satisfacer a los clientes. En las Agencia Movistar Calidad es brindar un buen producto al cliente con una atención de primera.

Según Vásquez (2015) calidad es el logro de la satisfacción de los clientes a través del establecimiento adecuado de todos sus requisitos y el cumplimiento de los mismos con procesos eficientes, que permita así a la organización ser competitiva en la industria y beneficie al cliente.

Calidad para Vásquez es lograr la satisfacción de los clientes que visiten la empresa, ser eficientes y así permitirá a la empresa ser competitiva.

Gestión de Calidad.

Gestión de calidad es el conjunto de herramientas modernas que permitirán organizar, planificar, controlar y dirigir todas las actividades empresariales. todas las herramientas ayudaran alcanzar los objetivos para cada proceso de una manera efectiva y ante todo ayudara a mejorar la cultura organizacional. Para las Agencias De Movistar Gestión De Calidad es estar satisfechos internamente, llevar un buen clima organizacional.

Según Maseda (2009) El propósito de la gestión de calidad es dar a conocer a los empresarios ideas modernas, sobre cómo tratar a los colaboradores aplicando herramientas la gestión de calidad. A partir de aquí desarrollaremos la nueva filosofía de calidad en las empresas, basada en una organización específica, una adecuada planificación con objetivos concretos cuantificables y nuevas políticas en las relaciones proveedor-empresa – clientes orientados hacia el logro de la gestión de calidad total.

Para el autor Maseda gestión de calidad es dar a conocer a todos los empresarios ideas modernas sobre cómo tratar al personal entre ellas está el de atender al cliente ya que es importante para el empresario tener un personal altamente capacitado.

Herramientas de Gestión.

Las herramientas de gestión son un conjunto sistemático de técnicas administrativas que permiten a las empresas ser competitivas y a seguir de pie ante el mercado Tal es el caso de las Agencias de Movistar del Centro de Chimbote ellas están implementando las herramientas de gestión en sus procesos administrativos, una de ellas la más utilizada la atención al cliente, ya que la mayoría de agencias movistar se dedican a la venta de celulares móviles .Entre las herramientas de gestión de calidad a continuación detallo las más conocidas por las micro y pequeñas empresas de Agencias Movistar:

- La mejora continua: es una filosofía japonesa enfocada en los procesos haciendo que sean más efectivos y eficientes. las empresas que aplican esta herramienta siempre les va mejor en sus actividades.
- Empowerment: es una herramienta administrativa muy poderosa a través de la cual una organización le otorga a sus trabajadores la tecnología e información necesaria para que hagan uso de ella de forma óptima y responsable. Los líderes que hacen uso del empowerment, delegan poder y autoridad a sus empleados. La toma de decisiones ya no depende de una sola persona, sino de todos.
- Coaching: es una herramienta que las empresas utilizan, tienen un entrenador en donde prepara al personal en el desarrollo de sus capacidades para lograr las metas empresariales.
- Just in time: "Justo a tiempo" es hacer las cosas justo en el momento y hora indicada en las empresas es aplicada en el área de logística en la entrega de materiales justo a tiempo.
- Outsourcing: También conocida como "Subcontratación" o "Tercerización" y consiste en la contratación de una agencia externa para que se encargue de operar una función que anteriormente se realizaba dentro de una compañía. La esencia de esta herramienta es permitirles a las empresas enfocarse en los procesos y actividades "Core" (claves o núcleo) de su modelo de negocios mientras que una empresa tercera se encarga de las actividades secundarias y procesos de soporte.
- Reingeniería: Esta herramienta propone hacer cambios radicales en los procesos de negocios para lograr mejoras. Siempre se debe realizar una reingeniería total en las empresas. Otra herramienta es la atención al cliente que es muy importante el buen trato o servicio que se brinda a los clientes para hacer exitosa la empresa.

Según Díaz (2014) las herramientas de la gestión de calidad han surgido para brindar a los empresarios elementos que les permitan incrementar sus niveles de productividad y competitividad. Permitiéndoles mejorar sus procesos y optimizar sus flujos de trabajo.

En mi opinión de Díaz, estoy de acuerdo con su comentario donde indica que las herramientas de gestión de calidad surgieron para ayudar a los empresarios a incrementar su productividad. Tal es el caso en nuestra ciudad de Chimbote donde se realizó el estudio de investigación a las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar vienen implementando algunas de estas herramientas.

Atención al Cliente.

Atención al cliente es brindar un buen trato con mucha amabilidad al cliente, sí brindas un buen trato al cliente esto hará que regrese y recomiende a otros de lo contrario nunca regresara.

Según Rodríguez & Jiménez (2008) Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Para los dos autores atención al cliente es un conjunto de actividades que ofrece una empresa y el cliente compre el producto en el momento adecuado. En las agencias movistar de Chimbote es utilizado a diario esta herramienta de atención al cliente en el proceso de una venta de un celular móvil, en donde al cliente se explica las características del producto, precio y el manejo para lograr que el cliente se vaya satisfecho con el producto.

Cliente y Servicio.

En mi opinión cliente y servicio son dos cosas similares que van de la mano en el momento de realizar una venta en cualquier empresa. En donde cliente es la persona que adquiere el producto o servicio. Y servicio es lo que se ofrece. la empresa deberá realizar distintas actividades orientadas en retener a sus clientes actuales brindándoles el mayor nivel de satisfacción posible o investigar las razones por las

cuales otros consumidores han detenido su relación con nuestra empresa y prevenir que esto ocurra más en el futuro.

Según Rodríguez & Jiménez (2008) Para introducirnos en este tema es realmente necesario entender los conceptos de cliente y servicio. Por lo general se dice que el cliente es aquella persona que compra o alquila bienes o servicios a un individuo u organización.

En el estudio de la economía se observan dos tipos de clientes, el activo que es el que está actualmente adquiriendo el servicio o producto o que lo ha hecho en un periodo corto de tiempo atrás. Por otro lado esté inactivo que es aquel que hizo su última adquisición hace bastante tiempo lo que nos hace suponer que se pasaron a la competencia por una insatisfacción o que simplemente ya no requieren de nuestro producto.

Función del servicio al cliente.

Según Rodríguez y Jiménez, (2008) Una de las preguntas más importantes que todo empresario debe hacerse es ¿Cómo hacer para atraer nuevos clientes a mi compañía? y aún más importante es ¿Cómo hacer para mantener los clientes que actualmente la institución tiene? La respuesta a estas preguntas radica en la satisfacción al consumidor y una de las principales formas de obtener esta satisfacción es mediante un excelente y cuidadosamente planeado servicio al cliente.

Para el autor la función de servicio al cliente es mantener satisfecho al cliente no hay nada mejor para toda empresa que brindar un buen servicio al cliente. Esto es comparado con los resultados de la investigación, en donde la atención al cliente es lo principal en todo negocio. (Ver tabla N° 03).

Según Figueroa, (2009) las personas buscan y se quedan donde se sienten bien, son aceptadas y les ponen atención, en otras palabras, se sienten felices, ya sea en una relación personal, de trabajo o comercial. Por otro lado, y trataran de alejarse de cualquier situación que les provoque dolor, ya sea falta de respeto y de atención o mal trato. Por desgracia en la mayoría de los casos, nosotros somos quienes alejamos a las personas con nuestras actitudes.

Para Figueroa servicio al cliente es en donde las personas buscan y se quedan en donde son bien tratadas y en donde solucionan sus dudas. Los clientes siempre buscan ser especiales que les den mayor atención. Y sobre todo no reflejar las malas actitudes es lo que los dueños de los negocios de Agencias Movistar lo que indicaron.

El Cliente.

Según Estrada, (2007) el cliente es una persona impulsada por un interés personal y que tiene la opción de recurrir a nuestra organización en busca de un producto o servicio, o bien de ir a otra institución. A esta persona la encontraremos no sólo en el campo comercial, empresarial o institucional, sino también en la política, en la vida diaria, cuando somos pasajeros, estudiantes, pacientes; ellos son los clientes o público usuario según sea el caso, que buscan satisfacer una necesidad.

El cliente para el autor Estrada es una persona de cualquier edad y estatus social, en donde busca satisfacer sus necesidades adquiriendo un producto o servicio de cualquier empresa.

Factores que influyen en las Expectativas del Cliente o Público Usuario.

Todos estos factores ayudan a las empresas sobre todo al área de ventas a tener una mejor relación con el cliente.

Eficiencia: ¿Se le proporciona al solicitante exactamente aquella información o acción que está buscando?

Ver que el cliente salga satisfecho con nuestro servicio

Confianza: ¿La gente que hace una consulta o una solicitud, confiere autoridad a la persona con quien habla?

Entrar en confianza con el cliente es mediante el trato de comunicación, esto ayuda a na mejor relación con el cliente.

Servicialidad: Es una añadidura. Se da cuando al solicitante se le brinda asistencia en su consulta, con sugerencias, información y acciones posiblemente relevantes

que son mayores o más detalladas que la respuesta o la acción particularmente buscada.

Interés personal: Cuando se demuestra interés personal al responder a una consulta del cliente o público usuario, la relación cambia. Inicialmente esta es una relación de ellos y nosotros; con el interés personal, se convierte en una relación de aprecio.

Confiabilidad: Significa que el cliente o público usuario puede estar seguro del desempeño de la organización.

La Importancia del Servicio al Cliente.

Es muy importante hoy en día el servicio al cliente ya que depende de cómo tratas a los clientes para que tu empresa crezca.

Según Acosta, (2015) La importancia de brindar un buen servicio o atención al cliente radica en los siguientes aspectos:

- La competencia es cada vez mayor, los productos ofertados son cada vez mayores y más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.
- Los competidores cada vez más, se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.
- Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.
- Sí un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.
- Sí un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos.
- Sí un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores.

Por todas estas razones que menciona el autor Acosta, hoy en día se hace casi obligatorio el brindar un buen servicio o atención al cliente. Este debe estar presente en todos los aspectos del negocio en donde haya alguna interacción con

el cliente, debe ir desde el saludo del personal encargado de la seguridad del negocio, hasta la llamada contestada por la secretaria. Para ello debemos capacitar a todo nuestro personal, todos deben estar motivados en dar una buena atención, todos deben mostrar siempre un trato amable y cordial con todos y cada uno de los clientes. Y, por último, el buen servicio, no sólo debe darse durante el proceso de compra, sino que también, debe estar presente después de la compra, por ejemplo, al llamar al cliente para conocer su impresión del producto, o al enviarle cartas o tarjetas de saludos.

2.3. Marco Conceptual

Acerca de Movistar.

Movistar es la marca comercial del operador integrado que presta los servicios de Fijo, Móvil, Internet y Televisión (Movistar) en España, propiedad de la compañía multinacional española de telecomunicaciones . Telefónica movistar es la primera operadora más grande del país, con millones de clientes. Según movistar esto no habría sido posible sin la creación de una red de distribuidores en todos los países. Movistar Se basa en ofrecer productos como prepago, postpago, datos para segmentos residencial y empresarial, recarga, telefonía fija y pública.

Movistar es una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo por capitalización bursátil y número de clientes. Desde su consolidada posición en este sector, y con la telefonía y la banda ancha fija y móvil como soportes clave de su crecimiento, la compañía orienta su estrategia a afianzar su liderazgo en el mundo digital. Presente en 24 países y con una base de clientes de más de 317 millones de accesos, Movistar tiene una fuerte presencia en Europa y Latinoamérica, importantes alianzas industriales y una destacada escala global que posiciona muy favorablemente a la compañía en la captura del crecimiento.

Origen de los puntos de ventas de las agencias movistar.

Los puntos de venta movistar tuvo sus orígenes en Francia en el mundial de futbol en el año 1998, en donde Alejandro Vinicio Martínez se percató de la gran penetración que los equipos de telefonía móvil y es así como se convirtió en un distribuidor autorizado de telefónica bajo el nombre de Wintell. Con una inversión no mayor a \$50,000, el emprendedor inauguró un punto de venta en un centro comercial de la Ciudad de México y, tres meses después, fue tal el crecimiento que él y sus socios (su hermano Marco e Ignacio Sotelo) abrieron oficinas corporativas y compraron un automóvil para transportar la mercancía. "El celular se convirtió en algo indispensable y de fácil acceso gracias a que bajó el precio de los aparatos y las compañías lanzaron mejores tarifas", afirma Alejandro. Esto trajo consigo que Wintell, en menos de un año, sumara 24 unidades más. Y es así como nacieron las agencias de movistar llegando a nuestro país y ciudad de Chimbote.

Agencias de movistar

Ser distribuidor autorizado es relativamente sencillo. Movistar valida con el empresario las zonas que requieren reforzar la capacidad de comercialización y, con base en esta información, el interesado debe desarrollar un plan de negocios. De esa forma se determina el tamaño de la operación, el capital necesario, el retorno estimado de la inversión y la estructura requerida (equipo administrativo, de ventas y de control).

Movistar ofrece líneas de crédito, capacitación a la fuerza de ventas y un plan de innovación constante en el servicio, modelos de equipos y promociones, básicamente, significa trabajar con la empresa sin invertir mucho.

Movistar esta expandido en todo el territorio peruano, cuenta con varias agencias en cada región, Cada día la tecnología nos ofrece diferentes servicios y beneficios.

Es así que, con este gran ejemplo de este emprendedor Martínez, aumentaron los distribuidores en cada país llamados puntos de ventas (PDV) de agencias movistar, con el objetivo de brindar un servicio más rápido y satisfacer las necesidades a los clientes finales y en beneficio de los dueños.

Los agentes de movistar ofrecen una atención más rápida al cliente, brindándoles la información necesaria de las características del producto, haciendo que esto facilite a los clientes a la obtención de un celular móvil de inmediato, se evitan colas, esperas.

En Chimbote los puntos de venta (PDV) de agencias movistar han incrementado debido al aumento de los clientes en la preferencia de los productos de telefónica por los diferentes modelos de equipos y por ser una marca reconocida a nivel mundial y sobre todo por la primera empresa de telecomunicaciones en nuestro país es algo que los clientes se han familiarizado con Movistar y son muchos los que se mantienen fieles a pesar de algunas dificultades en la red que presenta hoy en día.

Las Micro y Pequeñas Empresas de agencias movistar.

Las micro y pequeñas empresas de agencias movistar son de emprendedores que buscan salir adelante con la ayuda de Telefónica, estas son dedicadas a la venta de celulares móviles de diferentes marcas y modelos. A continuación, se mencionan las marcas que estas agencias ofrecen a todo su público fiel.

Marcas de celulares que comercializan las agencias movistar.

Estas son las marcas de celulares que las micro y pequeñas empresas de las agencias movistar comercializan: Alcatel, BlackBerry, Bmobile, Huawei, Lenovo, LG, Nokia, Samsung, Sony, Sony Ericsson, ZTE, Microsoft, Motorola, Movistar.

Las micro y pequeñas empresas de Agencias Movistar móvil y la Gestión de Calidad en atención al cliente tienen entre 3 a 6 trabajadores laborando, no todas brindan un buen servicio, esto se debe a un desconocimiento en la importancia que tiene el cliente o por falta de asesoría en la implementación de las herramientas de gestión de calidad.

Estas micro y pequeñas empresas que son puntos o agencias de venta de movistar, la mayoría están situadas en la parte céntrica de nuestra ciudad de Chimbote, en las principales avenidas transitables de nuestro distrito, tales como la Av. José Pardo, Av. José Gálvez, Olaya, Av., Elías Aguirre, Espinar y Leoncio Pardo. Algunas son micro empresas constituidas por personas familiares nacieron de las necesidades de las mismas con la finalidad de generar ganancias y generar empleo a muchos jóvenes que son estudiantes y son de denominación E.I.R.L y S.A.C.

Los dueños son personas jóvenes emprendedores entre 30 años a más, lo que más les importa es generar rentabilidad para el beneficio de su propia empresa y también su bienestar económico personal y sobre todo generar empleo a jóvenes que cada día se esfuerzan por superarse. Esta idea de negocio de poner una Agencia de Movistar nace de una actitud creativa e innovadora y dispuesta a asumir el riesgo de iniciar y administrar su propia empresa.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de Agencias de Movistar son personas que toman las decisiones gerenciales de su propia empresa,

ellos mismos lo administran. Son los que llevan el control general de su negocio, Por lo tanto, algunos desconocen los temas de gestión de calidad por eso la investigación se realizó en dichas empresas de agencias movistar móvil.

Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Agencias Movistar.

Las micro y pequeñas empresas de las agencias de movistar implementan la herramienta de Gestión de calidad como es la atención al cliente porque piensan que es importante el cliente para su empresa. Cabe mencionar que para ellos Una buena gestión de calidad es la comunicación dentro de la organización, es un pilar fundamental puesto que de ella dependerá la influencia en actitudes y comportamientos de las personas que trabajan dentro de la organización;

Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de Agencias Movistar.

Es el servicio que se presta a las personas que adquieren un bien o servicio. La atención al cliente comprende desde el recibimiento y la información antes de realizar una compra hasta el seguimiento postventa.

Las micro y pequeñas empresas de Agencias Movistar dijeron que al cliente se debe de atender con mucha amabilidad y respeto para que se sienta cómodo y en confianza y así poder fidelizar al cliente. Sí el cliente se va satisfecho esto hará que más adelante aumentemos el número de clientes por la recomendación de boca a boca. Esto nos quiere decir que sí al menos una herramienta de atención al cliente usan, ya que ellos al principio desconocían.

Gestión de calidad en atención al cliente.

Gestión de calidad en atención al cliente en las agencias de Movistar es capacitar, motivar al personal de ventas para que brinde un buen servicio de calidad. El cliente es importante para una empresa sin clientes no hay ventas y sin ventas no hay empresas, es por ello el cliente se debe de atenderse con el mejor trato posible.

III. HIPÓTESIS

En la muestra que se realizó no se plantea hipótesis por ser una investigación de tipo descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación fue no experimental – transversal-Descriptiva.

Fue no experimental porque se estudió conforme a la realidad sin sufrir modificaciones y por qué la variable Gestión de Calidad en atención al cliente no ha variado y se presenta tal cual en su contexto de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito Chimbote 2016.

Fue de corte transversal porque se estudió en un espacio de tiempo determinado, donde tendrá un inicio y un fin, específicamente en el año 2016.

Fue descriptiva porque se describió las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, conforme a la realidad.

4.2. Población y Muestra

Población

Se utilizó una población de 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distritito de Chimbote, 2016.la información se obtuvo de la base de datos de Movistar.

Muestra

Se utilizó una muestra de 13 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, con la técnica del sondeo aleatorio.

4.3. Definición y Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	MEDICIÓN
Gestión de calidad en atención al cliente.	“Gestión de calidad es dar a conocer a los empresarios ideas modernas, sobre cómo tratar a los colaboradores aplicando herramientas de gestión de calidad”.	Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Crear conocimiento - Compartir conocimiento - Aplicar conocimiento 	Nominal
		Ideas	<ul style="list-style-type: none"> - Crear Ideas - Compartir Ideas - Aplicar Ideas 	Nominal
		Herramientas	<ul style="list-style-type: none"> - Crear herramientas - Compartir herramientas - Aplicar Herramientas 	Nominal
		Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> - Colaboradores internos - Colaboradores externos 	Nominal
		Servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Crear servicio - Compartir servicio - Aplicar el servicio 	Nominal
	Atención al Cliente Es el servicio que se presta a las personas que adquieren un bien o servicio. La atención al cliente comprende desde el recibimiento y la información antes de realizar una compra hasta el seguimiento postventa.	Cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Orientar al cliente - Comunicar al cliente - Satisfacer al cliente 	Nominal
	Informar	<ul style="list-style-type: none"> - Crear información - Compartir información - Aplicar información 	Nominal	

4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó en la investigación fue: la encuesta porque es una técnica destinada a obtener datos, que nos permitió identificar las características de las micro y pequeñas empresas cuyas investigaciones interesan al investigador.

El instrumento que se utilizó para registrar la información fue: el cuestionario que consta de un total de 22 preguntas, 5 preguntas referentes a los representantes, 4 preguntas referente a las características de las micro y pequeñas empresas, 6 preguntas referente a la variable Gestión de Calidad y 7 preguntas referente a la herramienta atención al cliente. Todas fueron preparadas cuidadosamente sobre hechos y aspectos que interesan a la investigación para ser contestadas por la población o muestra. (Ver anexo N° 03).

4.5. Plan de Análisis

Se utilizó el programa Word para traspasar la información del cuaderno borrador a la hoja de tabulación para el análisis descriptivo de la variable Gestión de Calidad de la investigación. (Ver anexo N° 04)

Se utilizó el programa Excel para elaborar las tablas con líneas horizontales de frecuencia absoluta y relativa, ya que este programa cuenta con funciones de conteo sistemático, puesto que se pueden establecer criterios de conteo predeterminados como es el cálculo de los porcentajes automáticos de la presente investigación.

Después se elaboraron las figuras de forma circulares con los resultados en porcentajes que ayuden a describir a la variable Gestión de Calidad (Ver anexo N° 05).

4.6 Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e Instrumentos
<p>Enunciado. ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016?</p>	<p>O. General. - Determinar las principales características de la gestión de la calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.</p> <p>O. Específico. -Determinar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. -Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. -Determinar las principales características de la gestión de la calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.</p>	<p>Gestión de calidad en atención al cliente</p>	<p>Población. Se utilizó una población de 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.la información se obtuvo por medio de la técnica del sondeo.</p> <p>Muestra. Se utilizó una muestra de 13 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.</p>	<p>Tipo. El tipo de investigación fue aplicada-cuantitativa.</p> <p>Nivel. El nivel de investigación fue descriptivo.</p> <p>Diseño. El diseño de la investigación fue no experimental – transversal.</p>	<p>Técnica. Encuesta</p> <p>Instrumento. cuestionario</p>

4.7. Principios Éticos

En la presente investigación se ha utilizado principios éticos como:

- Confidencialidad: porque la información obtenida de los representantes de las micro y pequeñas empresas de Agencias Movistar se reserva confidencialmente.
- Confiabilidad: porque el trabajo realizado es confiable y por qué se ha captado la información real de los dueños de las micro y pequeñas empresas de las Agencias Movistar y los datos obtenidos han sido referenciados de artículos, páginas web.
- Respeto a la persona: por qué se respetó las opiniones de los representantes de las micro y pequeñas empresas de Agencias Movistar brindadas, para que no exista confrontación entre el investigador y representantes.
- Veracidad: Porque es veraz, la investigación realizada sobre las Agencias Movistar es en su totalidad verdadera.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados.

Datos Generales.

Tabla N° 01. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

Datos Generales.	Número de MYPES.	Porcentaje.
Edad		
18 a 30 años	0	0,0
31 a 50 años	9	69,2
51 a mas	4	30,8
Total	13	100,0
Género.		
Masculino	8	61,5
Femenino	5	38,5
Total	13	100,0
Grado de Instrucción.		
Sin instrucción	0	0,0
Primaria	0	0,0
Secundaria	2	15,4
Superior no universitaria	4	30,8
Superior universitaria	7	53,9
Total	13	100,0
Cargo que desempeña.		
Dueño	10	76,9
Administrador	3	23,1
Total		100,0
Tiempo que desempeña en el cargo.		
0 a 3 años	1	7,7
4 a 6 años	3	23,1
7 a más años	9	69,2
Total		100,0
	13	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

Tabla N° 02. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote 2016.

De la Empresa.	Número de MYPES.	Porcentaje.
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.		
0 a 3 años	0	0,0
4 a 6 años	2	15,4
7 a más años	11	84,6
Total	13	100,0
Número de Trabajadores .		
1 a 5 trabajadores	9	69,2
6 a 10 trabajadores	1	7,7
11 a más trabajadores.	3	23,1
Total	13	100,0
Las personas que trabajan en su empresa son.		
Familiares	8	61,5
Personas no familiares.	5	38,5
Total	13	100,0
Objetivo de creación.		
Generar ganancia	13	100,0
Subsistencia	0	00,0
Total	13	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

Tabla N° 03. Características de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote 2016.

Gestión de Calidad. MYPES.	Numero de	Porcentaje.
¿Conoce el termino Gestión de Calidad?.		
a) Sí	12	92,3
b) No	1	7,7
Total	13	100,0
Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:		
Benchmarking	0	0,0
red-corporativas	0	0,0
Empowerment	0	0,0
La 5 s	0	0,0
Outsourcing	0	0,0
Atención al cliente	13	100,0
Total	13	100,0
¿Qué dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad?.		
Poca iniciativa	0	0,0
Aprendizaje lento	8	61,5
No se adapta a los cambios	3	23,1
Desconocimiento del puesto	1	7,7
Otros	1	7,7
Total	13	100,0
Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.		
La observación	9	69,2
La evaluación	2	15,4
Escala de puntuaciones	2	15,4
Evaluación de 360°	0	0,0
Otros	0	0,0
Total	13	100,0
La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio .		
Sí	12	93,3
No	1	7,7
Total	13	100,0

Continua.

Tabla N° 03. Características de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote 2016.

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización .		
Sí	11	84,6
No	2	15,4
Total	13	100,0
¿Conoce el término atención al cliente?.		
Sí	13	100,0
No	0	0,0
Total	13	100,0
¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?.		
Sí	13	100,0
No	0	0,0
Total	13	100,0
¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?.		
Sí	13	100,0
No	0	0,0
Total	13	100,0
¿La atención que brinda a los clientes es?.		
Buena	7	53,9
Regular	6	46,2
Malo	0	0,0
Total	13	100,0
¿Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente?.		
No tiene suficiente personal.	3	23,1
Por una mala organización de los trabajadores.	8	61,5
Sí brindan una buena atención al cliente.	2	15,4
Total	13	100,0

Continua.

Tabla N° 03. Características de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote 2016.

		Conclusión.
¿Cree Ud. Que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?.		
Sí	10	76,9
No	3	23,1
Total	13	100,0
¿Cree Ud. ¿Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado? .		
Sí	13	100,0
No	0	0,0
Total	13	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

5.2. Análisis de resultados

a) Discusión

Respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

Respecto a la edad del representante de las micro y pequeñas empresas: El 69% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años (Tabla N° 01). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Cieza (2014)**, quien manifiesta que el 50% tiene de 30 a 50 años a su vez coincide con los resultados encontrados por **Pineda (2014)**, que determina que el 50% tiene de 31 a 40 años, así mismo coincide con lo encontrado por **Hernández (2015)**, que determina que el 40% tiene de 30 a 40 años del mismo modo coincide con los resultados encontrados por **Ríos (2016)**, quien menciona que el 35% tiene de 35 a 44 años. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están siendo dirigidas por personas jóvenes adultos, esto se debe al aumento de nuevos emprendedores, con visiones de futuro.

Respecto al género del representante de las micro y pequeñas empresas: El 62% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de sexo masculino (tabla N°01). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Cieza (2014)**, quien manifiesta que el 75% son de sexo masculino a su vez coincide con los resultados encontrados por **Pineda (2014)**, que determina que el 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de sexo masculino, del mismo modo coincide con los resultados encontrados por **Ríos (2015)**, quien determina que el 65% son de sexo masculino. Pero se contrastan con los resultados encontrados por **Hernández (2015)**, quien manifestó que el 66.67% son de sexo femenino. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están siendo dirigidas por

personas del sexo masculino, esto se debe a la mayoría de hombres que no tienen mucha que hacer en el hogar por esos motivos son quienes dirigen y tienen más tiempo para su empresa, a comparación de las damas pasan más tiempo en su casa.

Respecto al grado de instrucción del representante de las micro y pequeñas empresas: El 54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción superior no universitaria (tabla N°01). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Pineda (2014)**, quien manifiesta que el 70% tiene grado de instrucción superior no universitaria. Pero se contrastan con los resultados encontrados por **Cieza (2014)**, quien mencionó que el 37.5% tiene secundaria completa. Del mismo modo se contrasta con los resultados de **Hernández (2015)**, quien manifiesta que el 53.33 % tiene el grado de instrucción de secundaria completa. Y también se contrasta con los resultados obtenidos por **Ríos (2015)**, quien menciona que el 60% tiene educación superior universitaria completa. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están siendo administradas por personas que estudiaron una carrera técnica esto se debe a la necesidad de hoy en día de sobresalir y de tener su propia empresa.

Respecto al cargo que desempeña el representante de las micro y pequeñas empresas: El 77% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños (tabla N°01). Pero se contrastan con los resultados encontrados por **Farfán (2015)**, quien mencionó que el 62% son administradores. Esto demuestra que la mayoría absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están siendo dirigidas por los propios dueños, esto se debe por ser su propio negocio ellos quieren llevar el control de todas sus actividades y no permiten que otros lo administren.

Respecto al tiempo que desempeña en el cargo el representante de las micro y pequeñas empresas: El 69% de los representantes de las micro y pequeñas empresas vienen desempeñando en el cargo de 7 años a más (tabla N°01). Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro

agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están siendo administradas por los propios dueños más de 7 años, esto se debe por la experiencia que ya han adquirido en el tiempo y la desconfianza que ya no requiere de otras personas.

Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas

En cuanto al tiempo de permanencia en el rubro de las micro y pequeñas empresas: El 85 % de las micro y pequeñas empresas tiene de 7 años a más de permanencia en el rubro (Tabla N°02). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Ríos (2015)**, quien manifiesta que el 50% de las empresas tiene una permanencia en el rubro de 5 a 7 años. Pero se contrastan con los resultados encontrados por **Farfán (2015)**, quien menciona que el 62% tienen permanencia en el rubro más de 3 años. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están ya varios años en el mercado compitiendo y generando utilidad, esto hace que la empresa crezca y siga permaneciendo en el mercado.

Respecto al número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas: El 69 % de las micro y pequeñas empresas tiene de 1 a 5 trabajadores (Tabla N°02). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Farfán (2015)**, quien manifiesta que el 62% tiene menos de 5 trabajadores. Pero se contrastan con los resultados encontrados por **Ríos (2015)**, quien menciona que el 95% de trabajadores son permanentes. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Mantienen menos de 5 trabajadores, esto se debe por ser un negocio que está en el mercado por primera vez y familiar y aún están en proceso de crecimiento.

Respecto a las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas: El 62 % de las micro y pequeñas empresas las personas que trabajan son familiares y el 38% son personas no familiares (Tabla N°02). Esto demuestra que la mayoría de las micro y

pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. El personal que trabaja en su empresa son familiares, esto se debe por ser un negocio propio prefieren solo familiares que trabajen por la confianza y por qué querer sacar adelante y también por reducir costos.

Respecto a objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas: El 100% de las microempresas encuestadas respondieron su objetivo de creación es generar ganancia (Tabla N°02). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Ríos (2015)**, quien menciona que el 45% de las micro y pequeñas empresas su objetivo de creación es generar ganancia. Generar ganancia. Esto demuestra que la Totalidad de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Su objetivo por las cuales se crearon es para generar ganancias, esto se debe por querer ser cada reconocida ante el consumidor y llegar a pasar de micro empresa a grande empresa.

Respecto a la variable Gestión de Calidad.

Respecto sí conoce el termino de gestión de calidad: El 92 % de las personas encuestados respondieron que sí conoce el termino de gestión de calidad (Tabla N°03). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Espinoza (2014)**, quien manifiesta que el 50% sí conoce el termino de gestión de calidad, del mismo modo coincide con los resultados de **Ríos (2015)**, quien menciona que el 85% si conoce gestión de calidad, Pero se contrastan con los resultados encontrados por **Pineda (2014)**, quien menciona que el 70% no conoce el termino de gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Sí conocen el termino de gestión de calidad, esto se debe por la misma necesidad de hoy en día de mejorar el rendimiento del negocio se busca informarse con técnicas modernas de la administración.

Respecto sí conoce las técnicas modernas de gestión de calidad: El 100 % de los encuestados respondieron que una de las técnicas que conocen es de atención al cliente. (Tabla N° 03). Pero se contrastan con los resultados encontrados por **Cieza (2014)**, quien manifiesta que el 75% si conocen herramientas de gestión de calidad. Esto

demuestra que la Totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Aplican la herramienta de la gestión como es la atención al cliente en el proceso de sus operaciones, esto se debe por la misma exigencia del cliente y de competir.

Respecto a las dificultades que tienen para la implementación de gestión de calidad: El 61.5% de las personas encuestados respondieron que tiene un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad, mientras que un 23.1% tiene la dificultad de no adaptarse a los cambios y un 7.7% tiene poca iniciativa y desconocimiento del puesto estas son las dificultades que presentan (tabla N° 03). Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Las dificultades que tienen para implementar la gestión de calidad es el aprendizaje lento, esto se debe por la falta de capacitación al personal de la empresa.

Respecto a las técnicas para medir el rendimiento del personal de la gestión de calidad: El 69% de las personas encuestadas usa la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal (tabla N° 03). Pero se contrastan con los resultados encontrados por **Espinoza (2014)**, quien menciona que el 63% usa la Técnicas de la evaluación para medir el rendimiento del personal. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están aplicando la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal, esto se debe por la forma más práctica y rápida para el representante de la empresa.

Respecto a la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio: El 92% de las personas encuestadas dijeron que si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio (tabla N° 03). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Espinoza (2014)**, quien mencionó que el 70% de los encuestados respondieron si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio. Esto demuestra que la mayoría absoluta de los representantes de las micro

y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están implementando la gestión de calidad en sus negocios para mejorar la situación empresarial, esto se debe por los resultados que se obtiene a diario en las ventas de los negocios.

Respecto a la gestión de calidad, ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización: El 85 % de los encuestados respondieron que Sí ayuda la gestión de calidad a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa (tabla N° 03). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Espinoza (2014)**, quien nos menciona que el 83% respondieron que si ayuda la gestión de calidad en las metas de la organización. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Indican que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa, esto se debe por un buen clima organizacional.

Respecto a la herramienta administrativa: atención al cliente

Respecto al termino de atención al cliente: El 100% de las personas encuestados de las micro y pequeñas empresas dijeron que Sí conocen el termino de atención al cliente. (Tabla N° 03). Del mismo modo estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Espinoza (2014)**, quien menciona que el 97% si conoce el termino de atención al cliente. Esto demuestra que la Totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están informados sobre este tema tan importante que es hoy en día la atención al cliente, esto se debe por la misma necesidad de conservar un cliente y gracias a la fidelidad de un cliente la empresa puede permanecer en el mercado.

Respecto si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes: El 100% de los encuestados dijeron si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes. (Tabla N° 03). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Cieza (2014)**, quien manifiesta que el 62.5% si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda, a su vez coincide con los resultados encontrados por **Farfán**

(2015), quien menciona que el 62% sí aplica la gestión de calidad en el servicio que brindan, del mismo modo coincide con los resultados encontrados por **Hernández (2015)**, quien determina que el 66.67% sí aplica la gestión de calidad en sus servicios a sus clientes, a su vez coincide con los resultados encontrados por **Ríos (2015)**, quien determina que el 50% sí aplica la gestión de calidad en los servicios que brindan a sus clientes. Esto demuestra que la Totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están aplicando la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, esto se debe por la tecnología que cada día avanza y toda empresa tiene que adecuarse a las nuevas formas de gestión que se requiera en el proceso de sus actividades diarias con el fin de que beneficie y haga más competitiva en el mercado.

Respecto a la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento: El 100% de los encuestados dijeron que sí es fundamental la atención al cliente para que regrese al establecimiento (tabla N° 03). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Ríos (2015)**, quien manifiesta que el 80% si es fundamental la atención al cliente para que estos regresen nuestro negocio. Esto demuestra que la Totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Piensan que la atención al cliente es muy importante y fundamental para toda empresa, Esto se debe por las exigencias y gustos de los mismos clientes, se debe brindar un buen servicio para así ganar más clientes.

Respecto a la atención que brinda a los clientes: El 54% de los encuestados la atención que brindan es buena (Tabla N° 03). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Hernández (2015)**, quien manifiesta que el 75% la atención que brindan es buena, del mismo modo coincide con los resultados obtenidos por **Ríos (2015)**, quien menciona que el 88% brinda una buena atención a sus clientes. Pero se contrastan con los resultados encontrados por **Pineda (2014)**, quien manifiesta que el 50% la atención que brindan a sus clientes es regular. Esto demuestra que la mayoría relativa de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están

brindando un buen servicio a sus clientes que recurren a su negocio, Esto se debe al gran número de competencia del mismo rubro que cada día están aumentando y la atención es primordial.

Respecto a la mala atención que se está brindando a los clientes. El 62% de los encuestados opinan que la mala atención que se está dando a los clientes es por una mala organización de los trabajadores (Tabla N° 03). Esto nos demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están brindando una mala atención a los clientes por una mala organización por parte del personal que labora, Esto se debe por falta de capacitación y motivación al personal.

Respecto a la eficiencia de la empresa cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes: El 100 % de los encuestados dijeron sí es eficiente su empresa cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes (Tabla N° 03). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Cieza (2014)**, quien manifiesta que el 50% de los encuestados opinaron que sí es eficiente su empresa cuando dan solución a los reclamos de sus clientes. Esto demuestra que la Totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Piensan que su empresa es eficiente cuando soluciona los problemas de los clientes, Esto se debe por la misma experiencia que han tenido al presentarse reclamos de clientes

Respecto a la atención que se brinda permite el posicionamiento de la empresa: El 100 % de los encuestados cree que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado. Esto demuestra que la Totalidad de los encuestados de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Piensan que la atención es importante para posicionarse en el mercado, Esto se debe al trato diario que experimentan con los clientes y el prestigio que ya han ganado en este rubro.

VI. CONCLUSIONES

Se concluye que: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, están siendo dirigidas por personas de 31 a 50 años, son del género masculino, con grado de instrucción superior universitaria. Y son dueños y desempeñan en el cargo de 7 años o más.

Se concluye que: la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, el tiempo de permanencia en el rubro tienen de 7 años o más, tienen de 1 a 5 trabajadores, y las personas que trabajan son familiares y su objetivo de creación es generar ganancia.

Se concluye que: la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, Si conocen el término gestión de calidad, además respondieron que conocen la herramienta atención al cliente de gestión de calidad, tiene un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad, aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal, y Si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio y también ayuda a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa .

Se concluye que: la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, conoce el término de atención a la cliente, sí aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, y respondieron que sí es fundamental la atención al cliente para que regrese al establecimiento, brindan una buena atención en su negocio, y la mala atención por la que se está dando es por una mala organización de los trabajadores, son eficientes cuando su empresa atiende y da solución a los reclamos de los clientes, además la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a los dueños de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil ,que deben de seguir emprendiendo en su negocio y tener un administrador para que pueda cumplir las funciones administrativas en la empresa y así tener más libertad para otras gestiones, así como también se recomienda a los dueños que deben de seguir desarrollándose profesionalmente , capacitándose con cursos actuales como son las herramientas de la gestión de calidad y poder aplicarlo en su negocio.

Se recomienda a las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro agencias movistar móvil que deben seguir manteniéndose en el mercado ofreciendo productos de diferentes variedades, innovando en la presentación del producto para el cliente, así como a los trabajadores tener claro sus funciones y que pongan empeño en ayudar a crecer el negocio y no confundan el trabajo ya que la mayoría son familiares los que trabajan en estas micro y pequeñas empresas.

Se recomienda a los representantes de los negocios de agencias movistar móvil, que deben seguir implementando las herramientas de gestión de calidad, para que puedan mejora su servicio con los clientes Y capacitarse continuamente más en estos temas modernos de la administración a todo el personal.

Se recomienda a todo el personal de las agencias movistar móvil que a diario pongan en práctica esta herramienta de atención al cliente ya que los clientes son los más valiosos para la empresa depende de ellos la rentabilidad de la empresa, especialmente el personal de atención al cliente este altamente capacitado de como brindar un buen servicio. Y tener un cronograma de las actividades diarias de todo el personal.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta.R. (2015) “*La importancia del servicio al cliente*”. Recuperado el 28 de mayo del 2016, desde: <http://www.coachlatinoamerica.com/blog/marketing-2/la-importancia-del-servicio-al-cliente/>

ComexPerú, (2012) “*Crecimiento de las MYPES en sector servicio*”. Recuperado el 21 de mayo del 2016 de, <https://pymex.pe/pymes/estrategias-de-crecimiento/el-crecimiento-de-las-MYPES-del-sector-servicios/>:

Caferatta.G.C. “*Competitividad para las MYPES*”. Recuperado el 26 de mayo del 2016, desde: (2010) http://www.peru2021.org/repositorioaps/0/0/par/giancarlo8vaexpo/exporse2010_giancarlocaferatta_pyme.pdf

Cieza, (2014). “*Gestión de calidad y formalización de las MYPES del sector comercio rubro – compra y venta de calzado en el centro comercial “el virrey” - Trujillo, año 2013*”. (tesis pre grado). Extraído el 15 de Abril del 2016 desde: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/.Uladech>.

De la Torre. A, (2013) “*la falta de innovación dificulta empleos*”. Extraído el 26 de mayo del 2016, desde: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Díaz, (2014) *Concepto de: “herramientas de la administración”*. Recuperado el 20 de Abril del 2016 de, <http://www.negociosyemprendimiento.org/2014/08/herramientas-administracion-moderna.html>.

Espinoza.L, (2014). “*Caracterización de formalización y Gestión de Calidad de la MYPE comerciales rubro calzado –Piura, 2013*” Extraído el 19 de Abril del 2016 de, <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/.Uladech>

Farfán.J,(2015). “*Gestión de la calidad de las MYPES del Sector servicio –rubro pilado de arroz de la provincia Sullana. Año 2014*”. (tesis pre grado). Recuperado el 19 de mayo del 2016 de, <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/.Uladech>.

Forbes, (2011). “*Tipos de MYPES*”. Recuperado el 03 de Abril del 2016 desde:<http://ideasdetodoelmundo.blogspot.pe/2011/02/las-20-pequenas-empresas-mas-rentables.html>.

Gonzales, (2014). “*Gestión Empresarial*”. Recuperado el 01 de Abril del 2016 desde:http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.p.

Hernández,(2015). “*gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014.*”(tesis pre grado).Recuperado el 19 de Abril del 2016 desde: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/.Uladech>.

Huamán, (2011). “*Importancia de las MYPES*”. Recuperado el 04 de Abril del 2016 desde: <http://actualidadmypeperu.blogspot.pe/>.

Ley 28015, (2003).” *Las MYPES Según ley 28015*”. Recuperado el 02 de Abril del 2016 de,<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>: definición.

Ley 30056, (2013). Modificación Régimen Ley MYPE, Recuperado 02 de abril del 2016 desde,http://www.caballerobustamante.com.pe/plantilla/2013/julio13_novedades_090713_mpe.pdf.

Méndez, (2013).*Gestión de Calidad*. Recuperado <http://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/:concepto>

Miguel R, (2013). *Los Errores que la mayoría de los emprendedores llegan al fracaso*. Recuperado el 02 de abril del 2016 de,<http://peru21.pe/mis-finanzas/que-fracasan-empresas-2131876>.

Muñiz, R. (2010). El gran reto de la atención al cliente en España. Recuperado el 01 de Abril del 2016 desde:<http://www.marketing-xxi.com/departamento-de-atencion-al-cliente-104.htm>.

Origen de Telefónica. Recuperado el 25 de Abril del 2016 de, [http://www.todoexpertos.com/categorias/tecnologia-e-internet/telefonía móvil/respuestas/2094344/alguien-sabe-los-origenes-de-movistar](http://www.todoexpertos.com/categorias/tecnologia-e-internet/telefonía-móvil/respuestas/2094344/alguien-sabe-los-origenes-de-movistar).

Pineda.S, (2014). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro transporte turístico terrestre del distrito de Huaraz, 2014.* (tesis pre grado). Recuperado el 20 de Abril del 2016 de, <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/.Uladech>.

Porta, (2012). *Origen de las MYPES en el mundo.* Recuperado el 01 de Abril del 2016 de, <http://www.monografias.com/trabajos12/pyme/pyme2.shtml>.

Rementería, (2008). *Concepto de Gestión de Calidad.* Recuperado el 18 de Abril del 2016, de, <http://www.eumed.net/libros/gratis/2010c/758/La%20Gestion%20en%20las%20organizaciones.htm>.

Restrepre, (2008). *Concepto de gestión.* Recuperado el 18 de Abril del 2016 de, <http://www.eumed.net/libros/gratis/2010c/758/La%20Gestion%20en%20las%20organizaciones.htm>.

Rodríguez & Jiménez, (2008). *Servicio de atención* .Recuperado el 20 de Abril del 2016 de, <http://www.auladeeconomia.com/articulosot-18.htm>:

Sales, (2011). *Fundación Europea de Gestión de Calidad.* Recuperado el 01 de Abril del 2016, de, [https://es.wikipedia.org/wiki/Fundaci%C3%B3n_Europea_para_la_Gesti%C3%B3n_de_la_Calidad\(sales,2011\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Fundaci%C3%B3n_Europea_para_la_Gesti%C3%B3n_de_la_Calidad(sales,2011)).

Valdivia .k,(2015). *Origen de las MYPES y su evolución en el mundo.* Recuperado el 28 de mayo del 2016, desde: <http://documents.mx/documents/el-origen-de-las-mypes.html>

Vásquez, (2015). *Calidad el concepto actual que debe ser manejado adecuadamente.* Recuperado el 27 de mayo del 2016 de, http://www.degerencia.com/articulo/la_calidad,_el_concepto_actual

Weinberger, (2014) *Concepto de Emprendedor*. Recuperado el 04 de Abril del 2016 de,<http://emprendeup.pe/conceptos/que-es-ser-emprendedor/>.

Zabalza.J, (2014) *Potencial de Brasil para los emprendedores*. Recuperado el 29 de mayo del 2016, desde:<http://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/destacan-en-sao-paulo-el-potencial-de-brasil-para-los-emprendedores>.

Anexos

Anexo 01.

Presupuesto.

Recursos	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Papel bond	2 Millar	S/.40.00	S/.40.00
Lapiceros	3 Unidades	S/.4.50	S/.4.50
Lápices	3 Unidades	s/.1.00	s/.3.00
Movilidad	10 Sesiones	s/.4.50	S/.45.00
USB	1 unidad	S/.40.00	S/.40.00
Computadora	1 unidad	S/.2000.00	S/.2000.00
Asesoramiento	2 meses	s/.1700.00	S/.1700.00
Impresión	1 millar	350.00	350.00
TOTAL			S/.4,182.50

Autofinanciado por el estudiante.

Anexo 02.

CUADRO DE SONDEO				
N°	RUC	Razón Social	Representante Legal	Dirección
1	10328557687	Telecomunicaciones Taber	Cadenillas Ortega, Taber Abdel	Av. Pardo 560 costado colegio Libardoni
2	20569308179	Celmania S.A.C	Saldaña Carranza Kely	Av. Bolognesi n° 628 costado de cicesac
3	10329838183	Movicom	Monge Carrión Carlos Yossy	Jr. Elías Aguirre 341
4	10448675292	Telecomunicaciones Gelbert	Sánchez corales Gelbert Anderson	Av. José pardo n° 816
5	20531895399	Telecomunicaciones (TILO SAC)	Ibáñez Ávila Segundo Isaías	Av. Francisco Bolognesi 977
6	10405777211		Gonzáles Villacorta Lizbeth	Jr. Elías Aguirre 285/frente carsa
7	20531949740	Faresad E.I.R.L	adrián ascón Dennis Erich	Av. Buenos Aires 105/ casco Urbano
8	10328630414	Móvil Shopping	Ramírez Gatuñadi Dominga Francisca	Jr. Manuel Ruiz 297
9	10432407930	Multiservicios ESAI	Zarabia calderón Roció del pilar	Jr. Elías Aguirre 273/286
10	10431396969		Ponce Álvarez Milagros Magali	Jr. Elías Aguirre 275/costado hostel agosto
11	20541606409	GTC Grupo T Comunica SAC	Vásquez Aguilar José Luis	Av. José pardo 619/costado galileo
12	10329132884	CELUMARY	Mercedes Centurión Maritza Ysabel	Jr. José Olaya 802/av. José Gálvez nro. 698 int. 3 centro
13	10329039191	Comercial Alexa	Vílchez Aguilar Marilú	Jr. Elías Aguirre 462-a64
14	10329436824	todo sobre Nextel	Almeda Acosta Yesenia Pilar	Jr. José Olaya 804
15	10329071974	Celuplanet Cheche	Mercedes Centurión William Alejandro	Av. José Gálvez nro. 664

Anexo 03

Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Gestión de Calidad en Atención al Cliente, en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Agencias Movistar Móvil, Casco Urbano del Distrito de Chimbote, 2016”. Tesis que servirá para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción

- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) 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) Sí
- b) No

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

- a) Benchmarking
- b) red-corporativas
- c) Empowerment

- d) La 5 s
- e) outsourcing
- f) Atención al cliente

12. ¿Qué dificultades tiene para 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) Sí
- b) No

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

- a) Sí
- b) No

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al cliente?

- a) Sí
- b) No

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

- a) Sí
- b) No

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

- a) Sí
- b) No

19. La atención que brinda a los clientes es:

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

20. 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.

21. ¿Cree Ud. Que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?

- a) Sí
- b) No

22. ¿Cree Ud. ¿Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?

- a) Sí
- b) No

Anexo 04.

HOJA DE TABULACIÓN

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta (N°)	Frecuencia Relativa (%)
1.Edad	a)18 a 30 años	-	0	0,0
	b)31 a 50 años	III -III	9	69,2
	c)51 a mas	III	4	30,8
	Total	13	13	100,0
2.Género	a)Masculino	III -III	8	61,5
	b)Femenino	III	5	38,5
	Total	13	13	100,0
3.Grado de instrucción	a)Sin instrucción	-	0	0,0
	b) Primaria	-	0	0,0
	c) Secundaria	II	2	15,4
	d) Superior no universitaria	III	4	30,8
	e) Superior universitaria	III -II	7	53,9
	Total	13	13	100,0
4.Cargo que desempeña	a) Dueño	III - III	10	76,9
	b) Administrador	III	3	23,1
	Total	13	13	100,0
5.Tiempo que desempeña en el cargo	a) 0 a 3 años	I	1	7,7
	b) 4 a 6 años	III	3	23,1
	c) 7 a más años	III -III	9	69,2
	Total	13	13	100,0
6.Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	a) 0 a 3 años	-	0	0,0
	b) 4 a 6 años	II	2	15,4
	c) 7 a más años	III - III -I	11	84,6
	Total	13	13	100,0
7.Número de Trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores	III -III	9	69,2
	b) 6 a 10 trabajadores	I	1	7,7
	c) 11 a más trabajadores.	III	3	23,1
	Total	13	13	100,0
8.Las personas que trabajan en su empresa son:	a) Familiares	III -III	8	61,5
	b) Personas no familiares.	III	5	38,5
	Total	13	13	100,0
9.Objetivo de creación	a) Generar ganancia	III - III -III	10	100,0
	b) Subsistencia	-	0	0,0

	Total	13	13	100,0
10.¿Conoce el término atención al cliente?	a) Sí	III - III -II	12	92,3
	b) No	I	1	7,7
	Total	13	13	100,0
11.¿Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:	a) Benchmarking	-	0	0,0
	b) red-corporativas	-	0	0,0
	c) Empowerment	-	0	0,0
	d) La 5 s	-	0	0,0
	e) outsourcing	-	0	0,0
	f) Atención al cliente	III - III -III	13	100,0
	Total	13	13	100,0
12.¿Qué dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad?	a) Poca iniciativa	-	0	00,0
	b) Aprendizaje lento	III -II	8	61,5
	c) No se adapta a los cambios	III	3	23,1
	e) Otros	I	1	7,7
	Total	I 13	1 13	7,7 100,0
13.¿Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:	a) La observación	III -III	9	69,2
	b) La evaluación	II	2	15,4
	c) Escala de puntuaciones	II	2	15,4
	d) Evaluación de 360°	-	0	0,0
	e) otros	-	0	0,0
	Total	13	13	100,0
14.¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	a) Sí	III - III -II	12	93,3
	b) No	I	1	7,7
	Total	13	13	100,0
15.¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la	a) Sí	III - III -I	11	84,6
	b) No	II	2	15,4
	Total	13	13	100,0

organizaci3n				
16. Conoce el t3rmino atenci3n al cliente?	a) S3 b) No Total	III-III-III - 13	13 0 13	100,0 0,0 100,0
17. ¿Aplica la gesti3n de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	a) S3 b) No Total	III-III-III - 13	13 0 13	100,0 0,0 100,0
18. ¿Cree que la atenci3n al cliente es fundamental para que 3ste regrese al establecimiento?	a) S3 b) No Total	III-III-III - 13	13 0 13	100,0 0,0 100,0
19. La atenci3n que brinda a los clientes es:	a) Buena b) Regular c) Malo Total	III-II III-I - 13	7 6 0 13	53,9 46,2 0,0 100,0
20. Porque considera usted que se est3 dando una mala atenci3n al cliente	a) No tiene suficiente personal. b) Por una mala organizaci3n de los trabajadores. c) Si brindan una buena atenci3n al cliente. Total	II III-III II 13	2 8 2 13	23,1 61,5 15,4 100,0
21. ¿Cree Ud. Que la empresa es eficiente cuando atiende y da soluci3n a los reclamos de los clientes?	a) S3 b) No Total	III-III III 13	10 3 13	76,9 23,1 100,0
22. ¿Cree	a) S3	III-III-III	13	100,0

Ud. Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?	b) No	-	0	0,0
	Total	13	13	100,0

Anexo 05.

Figuras.

- 1) Referente al representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote ,2016.

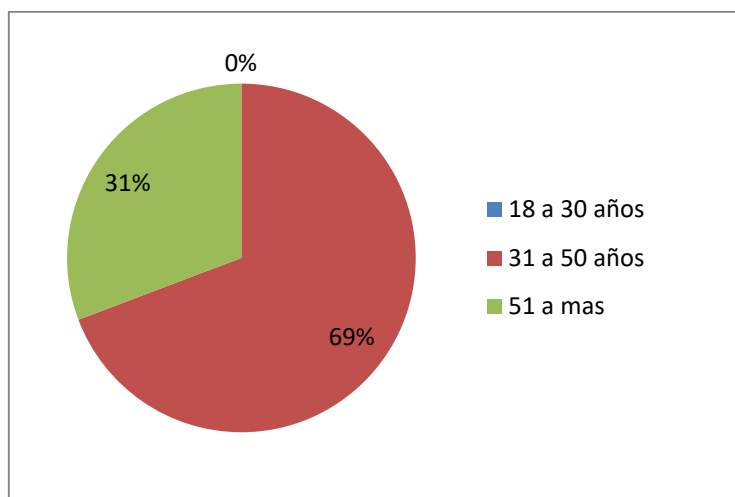


Figura N°01: Edad del representante.

Fuente: Tabla N°01

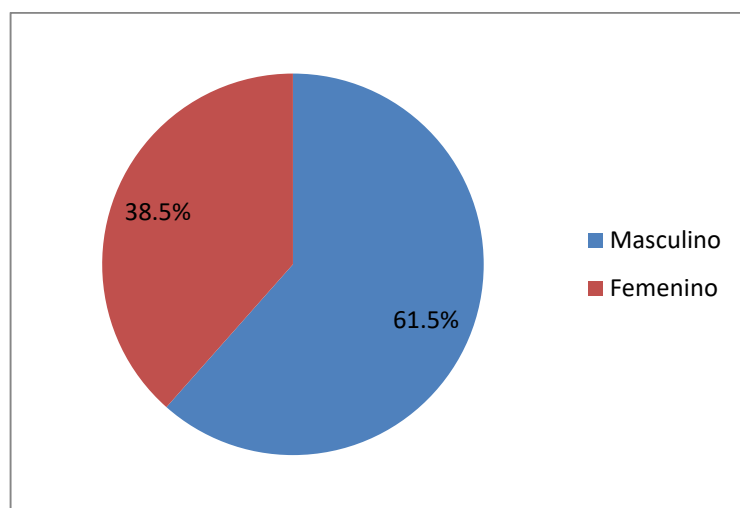


Figura N°02: Sexo del representante.

Fuente: Tabla N°01

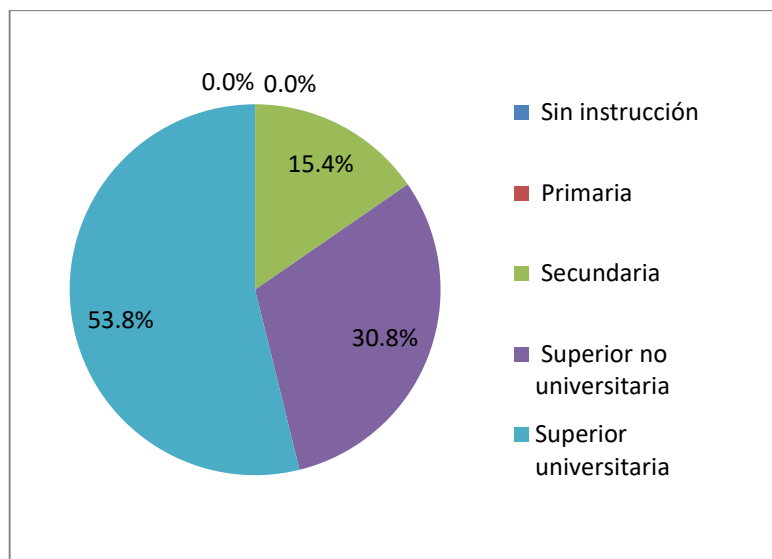


Figura N°03: Grado de instrucción del representante.
Fuente: Tabla N°01

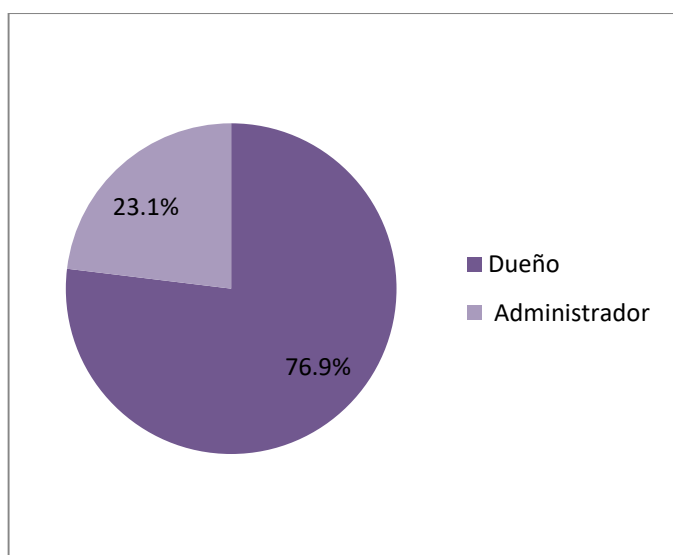


Figura N°04: Cargo que desempeña el representante.
Fuente: Tabla N°01

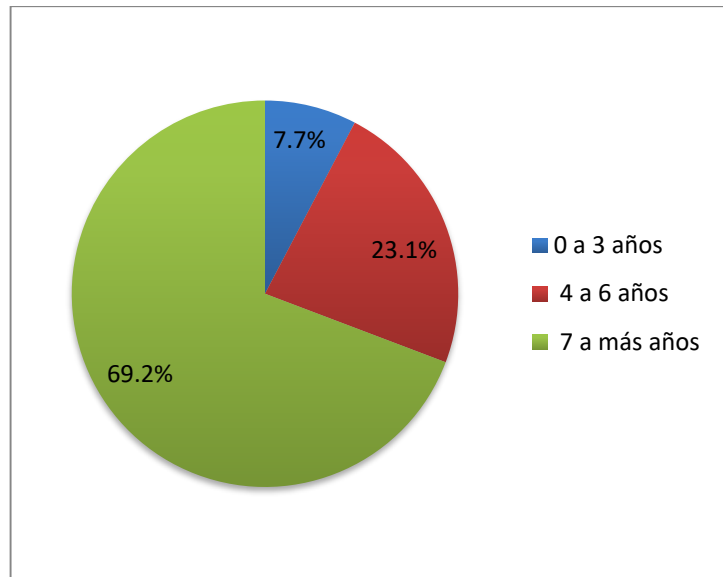


Figura N°05: Tiempo que desempeña en el cargo.

Fuente: Tabla N°01

2) Referente a las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

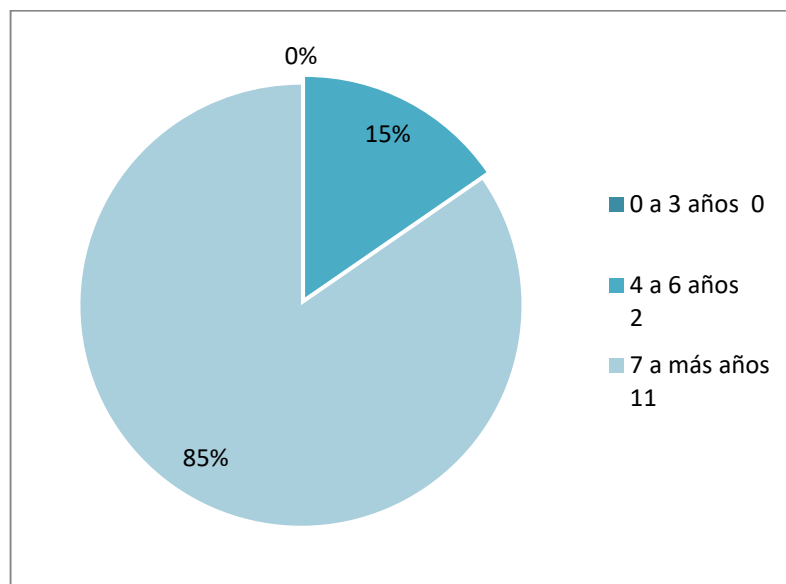


Figura N° 06: Años de permanencia.

Fuente: Tabla N°02

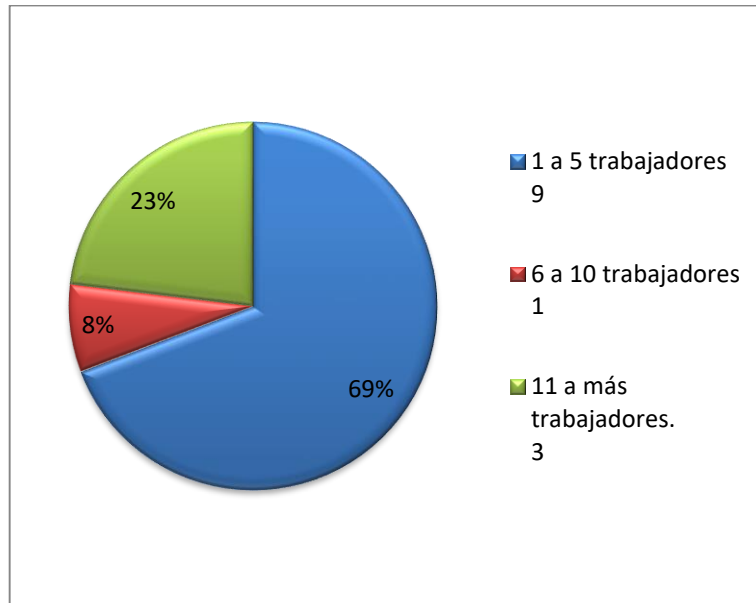


Figura N° 07: Números de trabajadores.

Fuente: Tabla N°02

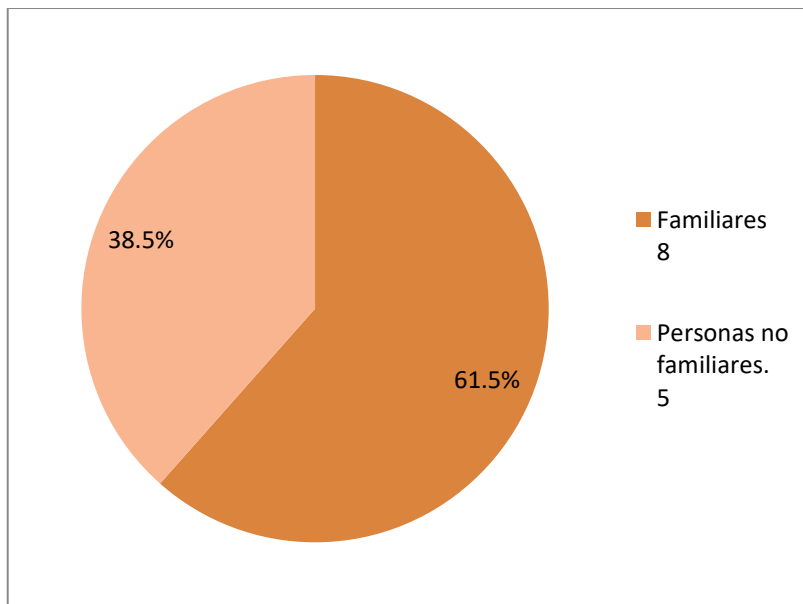


Figura N° 08: Las personas que trabajan en su empresa son.

Fuente: Tabla N°02

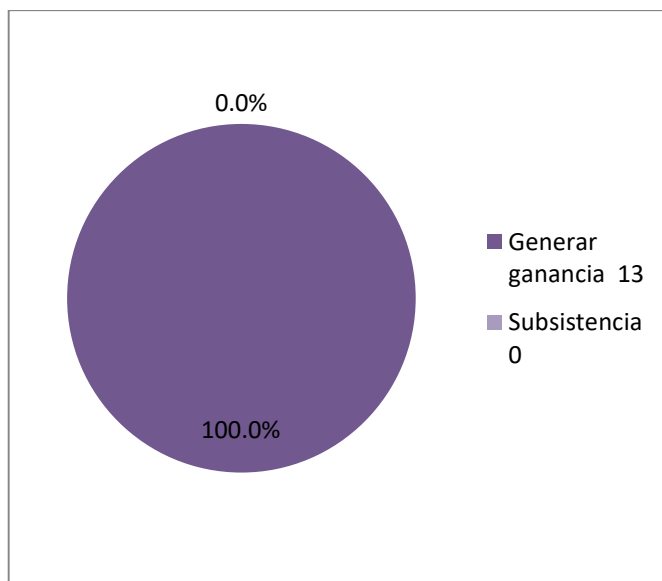


Figura N° 09: Objetivo de creación.
Fuente: Tabla N°02

3) Referente a la gestión de calidad y atención al cliente de las micro y empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

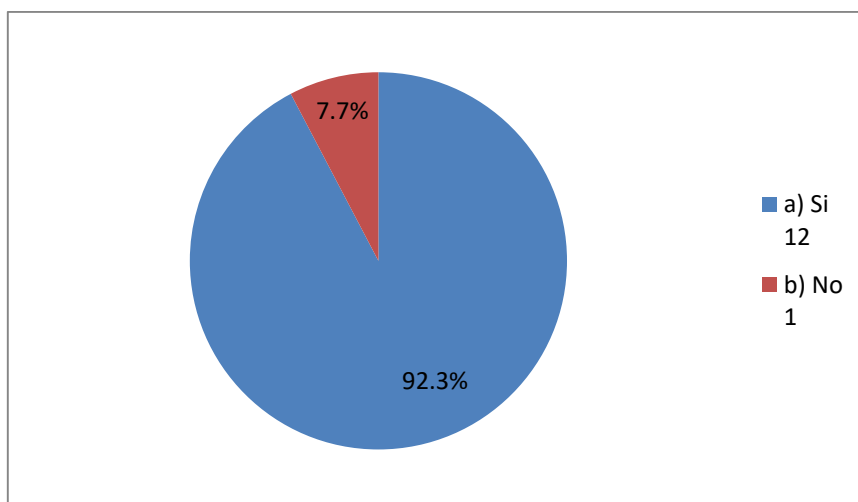


Figura N° 10: Conoce el termino Gestión de Calidad.
Fuente: Tabla N°03

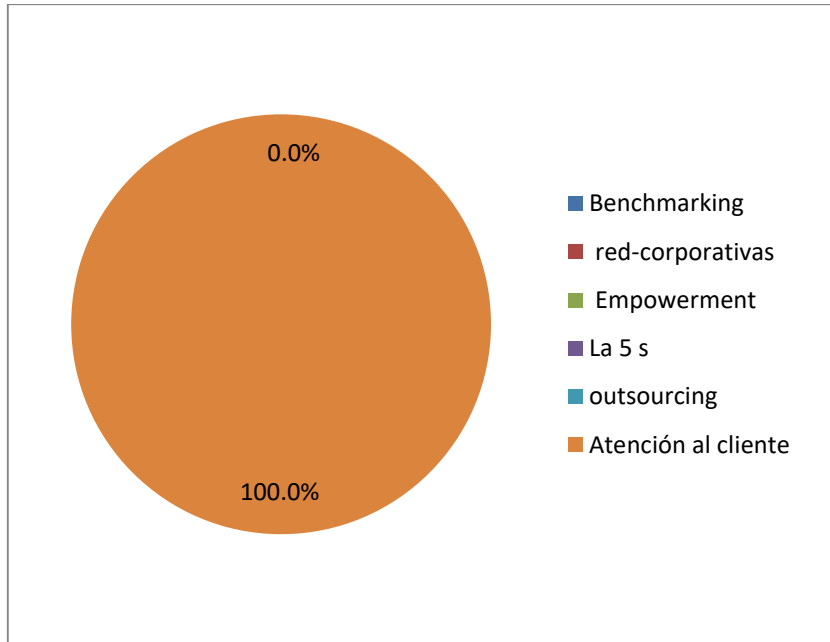


Figura N° 11: Que técnicas modernas Gestión de Calidad conoce.
Fuente: Tabla N°03

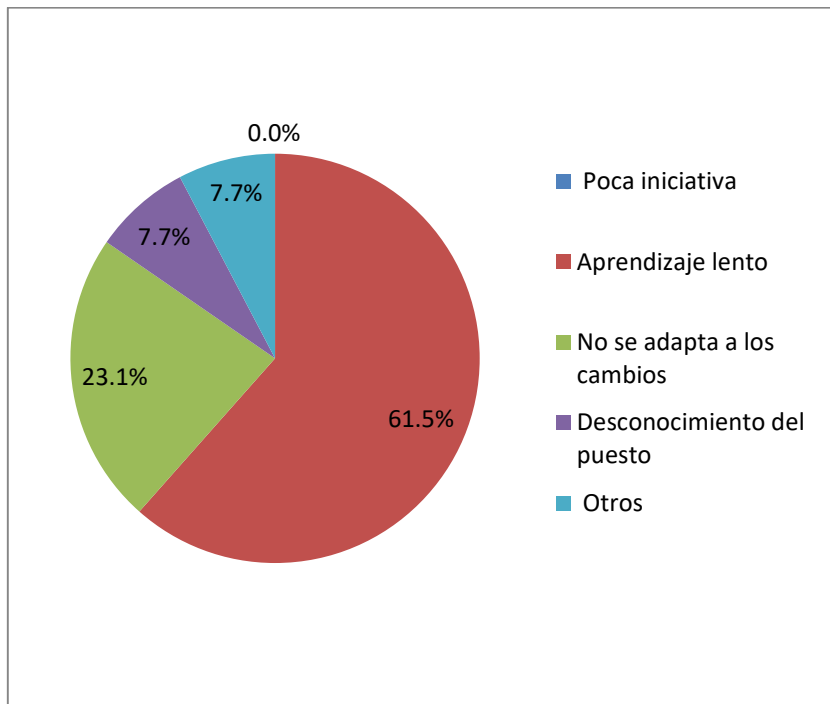


Figura N° 12: Que dificultades tiene para implementar la Gestión de Calidad .
Fuente: Tabla N°03

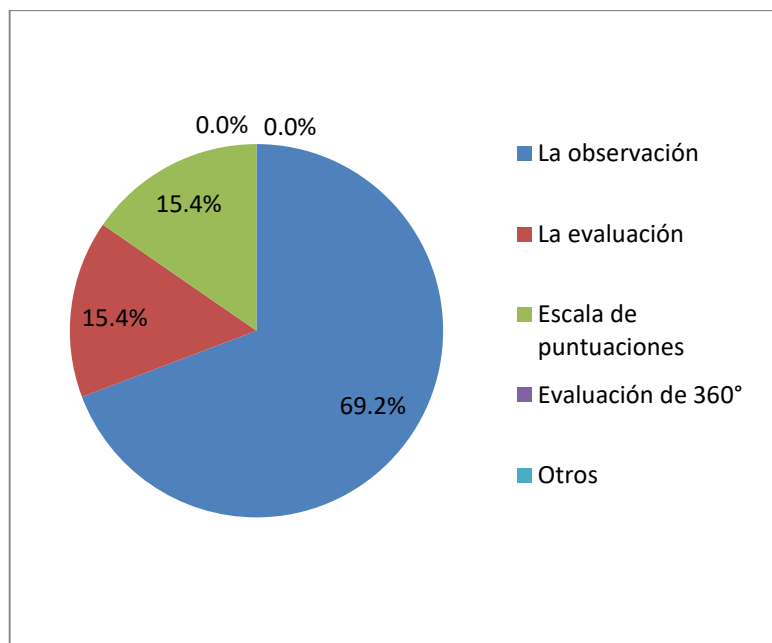


Figura N° 13: Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.
Fuente: Tabla N°03

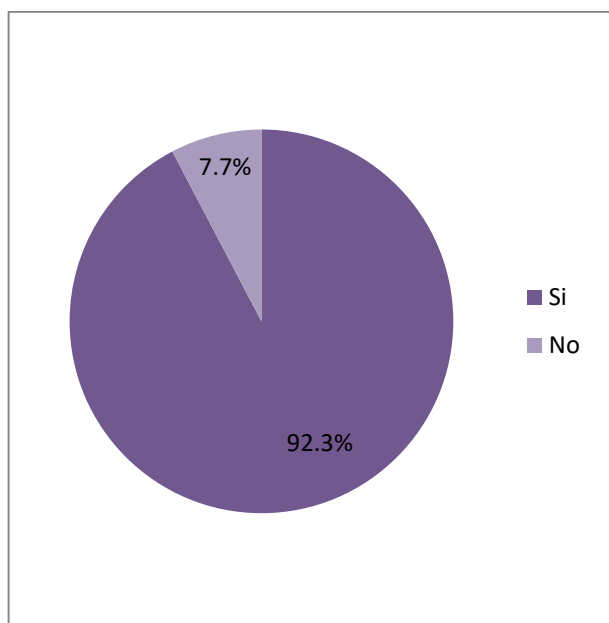


Figura N° 14 la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.
Fuente: Tabla N°03

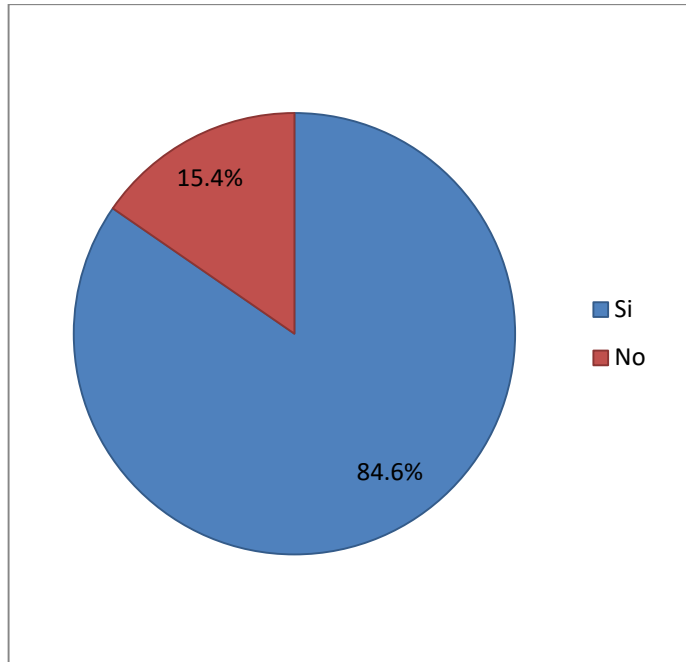


Figura N° 15: la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización.
 Fuente: Tabla N°03

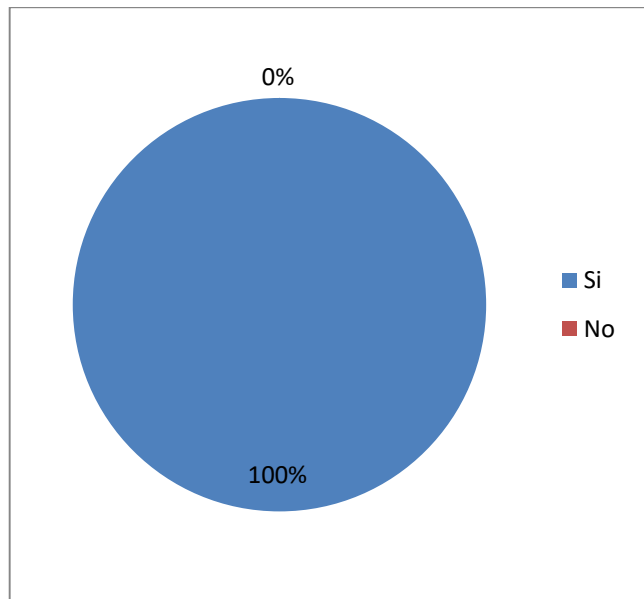


Figura N° 16: Conoce el término de atención al cliente.
 Fuente: Tabla N°03

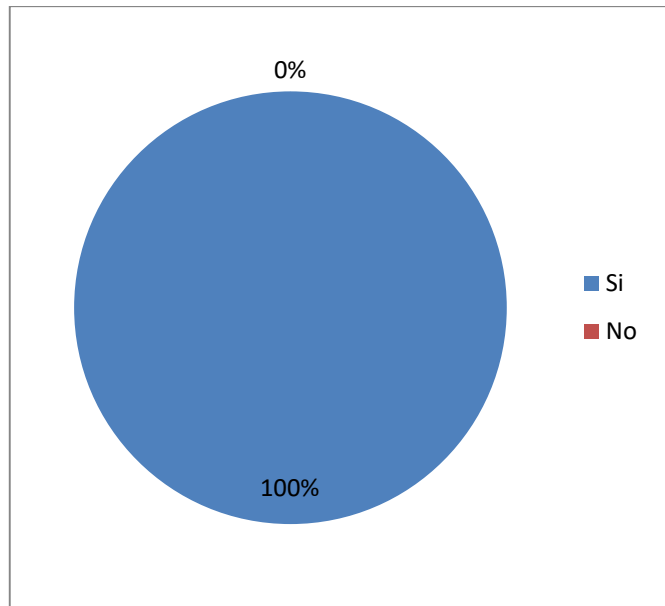


Figura N° 17: Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda.
Fuente: Tabla N°03

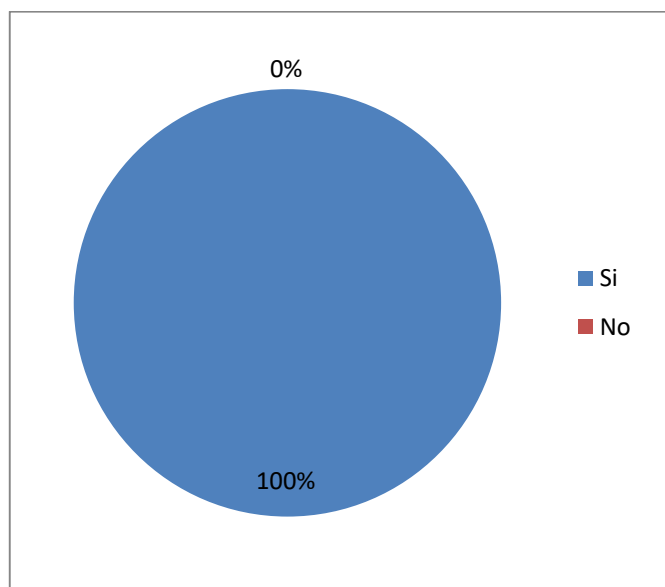


Figura N° 18: Cree que la atención es fundamental para que este regrese al establecimiento.
Fuente: Tabla N°03

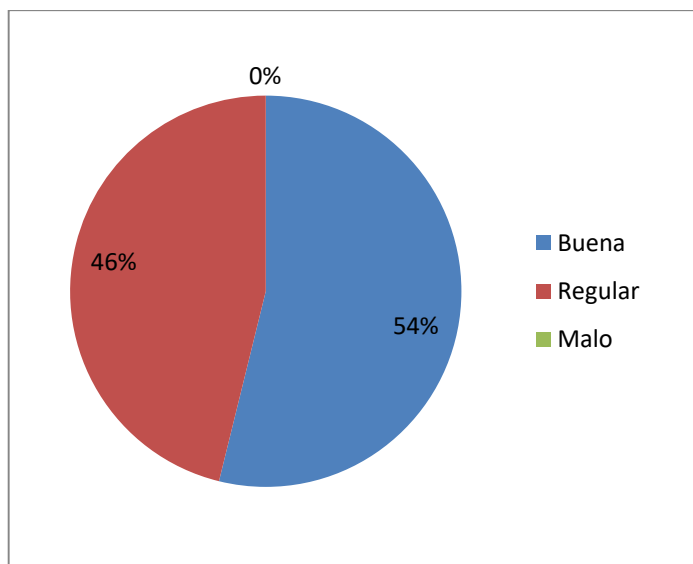


Figura N° 19: la atención que brinda a los clientes es.
Fuente: Tabla N°03

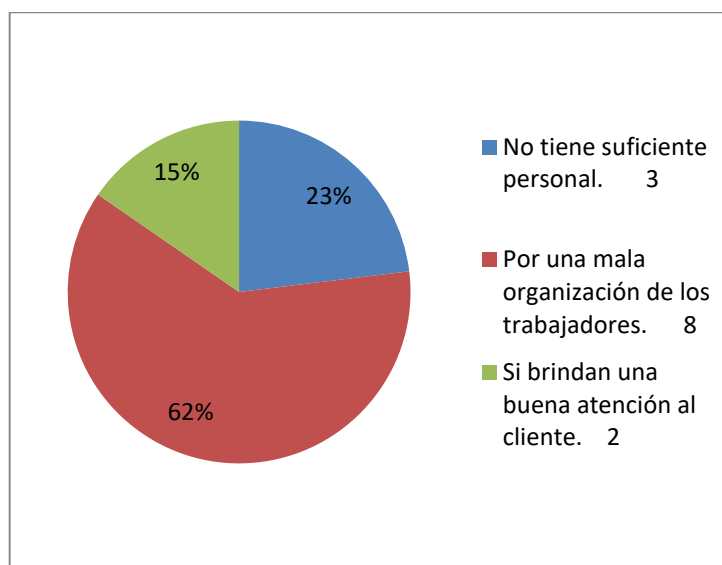


Figura N° 20: Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente.
Fuente: Tabla N°03

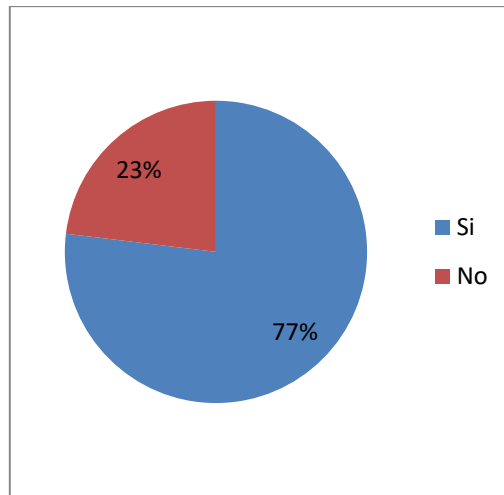


Figura N° 21: Cree usted que la empresa es eficiente, cuando atiende un reclamo y da solución al cliente.

Fuente: Tabla N°03

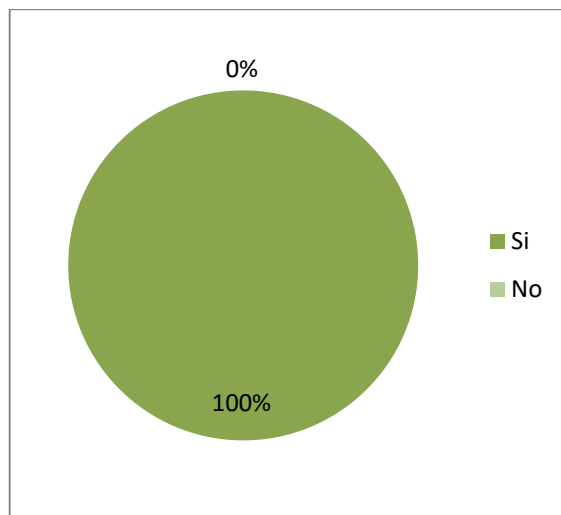


Figura N° 22: Cree usted que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

Fuente: Tabla N°03