

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO, RUBRO POLLERÍAS, EN EL CASCO URBANO
DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE, 2018.

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

AUTORA:

Bach. ELIZABETH YSELA YZAGUIRRE VENTURA

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2019

JURADO EVALUADOR

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mg. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la sabiduría y la fuerza necesaria para culminar satisfactoriamente mi trabajo de investigación.

A mis padres, por brindarme el apoyo incondicional, por su confianza y esfuerzo para así cumplir con mis objetivos planteados.

A mi esposo Luis Salvador, por su comprensión y paciencia, ya que a pesar de estar lejos siempre me brindo el apoyo necesario para culminar con mis estudios.

DEDICATORIA

A Dios, por su gran e infinito amor y misericordia para conmigo, porque aún a pesar de querer desistir su gracia estuvo conmigo para permitirme concluir con este trabajo de investigación.

A mis padres, por la razón de ser de mi vida, porque día a día están conmigo apoyándome para seguir adelante, cuando muchas veces no podía continuar, quienes esperan mucho más de mí y se sienten orgullosos de todo lo que he podido lograr en este caminar.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018. La metodología fue No experimental-transversal-descriptivo, con una muestra de 12 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, obteniendo como resultados: El 75% de los representantes tienen de 31 a 50 años, El 75% son de género masculino, El 58.33% tiene una instrucción superior universitario, El 66.67% son dueños, El 66.67% tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo, El 50% tiene 4 a 6 años en el rubro, El 75% tienen de 1 a 5 trabajadores, El 75% tiene como objetivo generar rentabilidad, El 58.33% conoce la gestión de calidad y la técnica atención al cliente, El 66.67% indica que la gestión de calidad ayuda alcanzar sus objetivos, El 91.67% aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda. Concluyendo: La mayoría absoluta de los representantes tienen 31 a 50 años y son de género masculino, su objetivo generar ingresos, aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda y le ayuda alcanzar los objetivos, la mayoría son profesionales, dueños, tienen de 4 a 6 años de experiencia y permanencia del rubro, conocen el término gestión de calidad y la técnica atención al cliente.

Palabras clave: Gestión de Calidad, Atención al cliente, Micro y Pequeñas empresas, Representantes, Gestión, Calidad.

ABSTRACT

The main objective of this research work was to: Determine the main characteristics of Quality Management in Customer Service in the micro and small companies of the service sector, poultry industry in the urban area of the city of Chimbote 2018. The methodology was Not-experimental-transversal-descriptive, with a sample of 12 Mypes, to whom a questionnaire of 23 questions was applied, obtaining as results: 75% of the representatives are from 31 to 50 years old, 75% are male, 58.33% have higher university education, 66.67% are owners, 66.67% have between 4 and 6 years of age, 50% have 4 to 6 years in the sector, 75% have from 1 to 5 workers, 75% aims to generate profitability, 58.33% know quality management and technical customer service, 66.67% indicate that quality management helps achieve their objectives, 91.67% applies quality management in the service that provides. Concluding: The absolute majority of the representatives are between 31 and 50 years old and are of male gender, their objective is to generate income, apply quality management in the service provided and help them reach the objectives, most are professionals, owners, have 4 to 6 years of experience and permanence of the field, know the term quality management and customer service technique.

Keywords: Quality Management, Customer Service, Micro and Small Business, Representatives, Management, Quality.

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Hoja de firma del jurado.....	ii
3. Agradecimiento.....	iii
4. Dedicatoria.....	iv
5. Resumen.....	v
6. Abstract.....	vi
7. Contenido.....	vii
8. Índice de tablas y figuras.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1. Antecedentes.....	5
2.2. Bases teóricas.....	10
2.3. Marco conceptual.....	20
III. HIPÓTESIS.....	23
IV. METODOLOGÍA.....	24
4.1. Diseño de la investigación.....	24
4.2. Población y muestra.....	24
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	25
4.4. Técnicas e instrumentos	27
4.5. Plan de análisis.....	27
4.6. Matriz de consistencia.....	28
4.7. Principios éticos.....	30
V. RESULTADOS.....	31
5.1. Datos generales.....	31
5.2. Análisis de resultados.....	35
VI. CONCLUSIONES.....	44
6.1. Conclusiones.....	44
6.2. Recomendaciones.....	45
REFERENCIAS.....	46
ANEXOS.....	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	
Características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.....	31
Tabla 2	
Características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.....	32
Tabla 3	
Características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.....	33

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Edad del representante.....	60
Figura 2: Género del representante.....	60
Figura 3: Grado de instrucción	61
Figura 4: Cargo que desempeña en la empresa.....	61
Figura 5: Tiempo que desempeña el cargo.....	61
Figura 6: Tiempo de permanencia de la empresa.....	62
Figura 7: Número de trabajadores.....	62
Figura 8: Personas que trabajan en la empresa.....	63
Figura 9: Objetivo de creación.....	63
Figura 10: Conocimiento del término Gestión de Calidad.....	64
Figura 11: Técnicas modernas de Gestión de Calidad conoce.....	64
Figura 12: Dificultades para implementar la gestión de calidad.....	65
Figura 13: Técnicas para medir el rendimiento del personal	65
Figura 14: La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio...	66
Figura 15: La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos.....	66
Figura 16: Conocimiento de término atención al cliente.....	67
Figura 17: Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda	67
Figura 18: La atención al cliente es fundamental.....	68
Figura 19: La atención que brinda a los clientes.....	68
Figura 20: Considera que se está dando una mala atención al cliente.....	69
Figura 21: Técnicas modernas de atención al cliente aplica.....	69
Figura 22: La empresa es eficiente cuándo atiende los reclamos.....	70
Figura 23: La atención al cliente permite el posicionamiento del mercado.....	70

I. INTRODUCCIÓN

En el Perú y en muchos países de América Latina, las pequeñas y medianas empresas son actores importantes en el desarrollo productivo por su contribución a la generación de empleo, su participación en el número total de empresas y por su peso en el producto bruto interno, por ello se hacen necesario su participación; sin embargo, muchas de ellas tienen problemas de subsistencia los cuales se debe a la mala gestión de calidad que aplican a sus procesos y a la atención al cliente, lo que les impide seguir creciendo en el mercado, siendo este un problema a nivel internacional (Tello, 2014).

Estos problemas también se vienen dando en Argentina, donde el 80% de las Micro y Pequeñas empresas fracasan a los dos años por no ser rentables, problema que se observa por la falta de emprendimiento y profesionalismo de sus representantes y/o administradores, lo que implica un planteamiento prudente para lograr una mejor gestión de calidad de sus servicios, incluso estas Mypes deben estandarizar las operaciones, mejorar sus recursos, llevar una buena planificación de sus objetivos, analizar sus resultados y los dueños deben tener un buen liderazgo (Paulise, 2015).

Hay que mencionar además que este problema también se presenta en Chile, donde el 97% de las pequeñas y medianas empresas tienen problemas de gestión, esto debido a que los dueños de negocio no se capacitan y no ocupan el tiempo prudencial en planificar sus estrategias el cual les permita mejorar y crecer sus negocios de una manera potencial, siguen cometiendo los mismos errores, dentro de los cuales son más comunes la falta de un análisis estratégico, incompetencia personal, ausencia de controles y sobre todo la falta de planificación, en efecto, estas Mypes necesitan conocer y aplicar la gestión de calidad en sus negocios para así desarrollar las estrategias idóneas que permitan crecer sus negocios (Luco, 2016).

Algo similar ocurre en México, donde el 50% de las micro y pequeñas empresas fracasan en el primer año de su actividad debido a la mala gestión que aplican, el 90% quiebra antes de los cinco años de permanencia, el fracaso de estas Mypes se debe a las dificultades que tienen en el momento de vender sus productos o servicios que ofrecen, hecho perjudicial por un mal control en producir y operar, así como la falta de planificación y de no adecuarse a la gestión de calidad para que de esta manera puedan tener resultados positivos que les permita mejorar sus negocios (Marker, 2015).

El mismo caso también ocurre en el Perú, donde una de cada cuatro medianas empresas registra caídas del 50% en ventas debido a su mala gestión, estos problemas se ven reflejados principalmente en la duplicidad de las funciones que desarrollan, el precario conocimiento que tienen acerca de la misión y visión de sus negocios, así como la falta de claridad para alcanzar sus objetivos planteados, por ello deben centrarse en mejorar estos problemas con la gestión de calidad y así mejorar sus procesos y la calidad de atención lo cual permitirá el crecimiento en el mercado (Grimaldo, 2015).

Por otro lado, en la Región Ancash es importante apoyar a las micro y pequeñas empresas para que mejoren sus procesos de gestión de calidad en la atención al cliente, ya que es la parte fundamental para que puedan mejorar sus procesos de gestión, mantener una adecuada aplicación de herramientas o técnicas administrativas, tener los conocimientos de gestión empresarial para la toma de decisiones y desarrollarse con mayor facilidad.

No obstante, las micro y pequeñas empresas son de suma importancia para el país, pero a pesar de su importancia, muchas de ellas tienen que contrarrestar una serie de inconvenientes, lo cual limita su permanencia, crecimiento y desarrollo en el ámbito empresarial. Estos problemas surgen debido a que los emprendedores no se preocupan por mejorar sus procesos, no aplican una buena gestión de calidad en la atención al cliente, ni buscan estrategias adecuadas para implementarlo en sus negocios; debido a ello no logran sobrevivir en el mercado, y esto se ve

reflejado en el rubro de las pollerías de la ciudad de Chimbote, específicamente en el casco urbano, donde la competencia es demasiada agresiva, debido a que los clientes se vuelven más exigentes y selectivos a la hora de recibir un producto o servicio que satisfaga sus necesidades, están más informados, tienen mayores criterios de elección, lo que conlleva a que las micro y pequeñas empresas busquen mantener una diferencia en la gestión de calidad de sus servicios para que el consumidor no opte por recurrir a otros establecimientos donde le ofrezcan una atención de calidad mejor a la que ellos brindan, lo cual es perjudicial para sus negocios. Por consiguiente, estas Mypes presentan entre sus principales problemas la falta de gestión de calidad en la atención al cliente, además que no apuestan por brindar un servicio de calidad, el cual perjudica grandemente su rentabilidad.

Es por ello, que las micro y pequeñas empresas deben aplicar una adecuada gestión de calidad en la atención al cliente en el servicio que ofrecen, lo que permitirá cumplir con las exigencias del consumidor, obtener su fidelidad, prestigio y así lograr posicionarse y tener éxito en sus negocios, y para dar a conocer la información precisa, se planteó el siguiente enunciado: **¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente, de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018?**. Para responder a la pregunta se ha planteado como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018, como objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018; Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018 y Describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018; para tal efecto, la investigación se

justificó ya que permitió conocer las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Permitted to know if the Micro and Small businesses of the study scope implement quality management tools such as customer service for the process of their business activities, and thus achieve competitiveness in the markets, achieving to fidelize their customers and attract potential customers by focusing on a quality service with the purpose that the service offered be timely and efficient. Finally, the study contains valid, reliable, timely information and will serve as a basis for future research studies.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales:

No se encontraron antecedentes de tesis internacionales con la variable “gestión de calidad” para el presente estudio.

2.1.2. Antecedentes nacionales:

Pérez (2017) en su tesis titulada *Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016*, tuvo como objetivo general: Analizar las principales características de la gestión de calidad en el servicio al cliente de las Micro y pequeñas empresas, rubro cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016. El diseño de investigación que utilizó fue No experimental, transversal y descriptivo. Con una población constituida por 10 Micro empresas de este rubro y utilizó una muestra dirigida al total de la población. Obtuvo los siguientes resultados: El 60% de los representantes de las Mypes son propietarios de sus empresas. El 40% de los representantes tienen entre 1 a 3 años de ocupación en el cargo. El 60% de los encuestados tienen entre 18 a 30 años de edad. El 50% son de género masculino. El 60% tienen un grado de instrucción de educación superior no universitario. El 70% de las Mypes tienen entre 4 a 5 años de permanencia en el mercado. El 70% de las Mypes cuentan desde 1 a 3 trabajadores. El 50% de las Mypes cuentan con personal colaborador familiar y externo. 80% tienen conocimiento del término gestión de calidad. El 70% de los encuestados si aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente. Asimismo, llego a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes son personas jóvenes ya que sus edades fluctúan entre 18 a 30 años de edad, la mitad de los encuestados son de género masculino, la otra de género femenino y la mayoría de están cuentan con un grado de instrucción de nivel no universitario. La mayoría de las Mypes han posicionado la calidad de sus productos, teniendo como efecto la fidelización de

clientes. La mayoría de estas Mypes cuentan con 1 a 3 colaboradores que generalmente son eventuales. La mayoría de los representantes tienen conocimiento acerca del término gestión de calidad, de igual manera la gran mayoría consideran que una buena gestión de calidad genera una mejora continua en la empresa.

Vasallo (2017) en su tesis titulada *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*, obtuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de 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. Utilizó como diseño de la investigación experimental-transversal-descriptiva, utilizó una población de 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio, y su muestra de 13 Mypes la cual aplicó con la técnica del sondeo aleatorio. Obtuvo los siguientes resultados: el 69% de los representantes de las Mypes tienen de 31 a 50 años. El 62% de los representantes son de sexo masculino. El 54% de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria. El 77% de los representantes son dueños. El 69% de los representantes vienen desempeñando en el cargo de 07 años a más. El 85% de las Mypes tienen 07 años a más de permanencia en el rubro. El 69% de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores. El 62% de las Mypes trabajan con familiares. el 100% de las Mypes tienen como objetivo de creación generar ganancias. El 92% de los representantes si conocen el termino gestión de calidad. El 100 de encuestados conocen la técnica de atención al cliente. El 61,5% de los encuestados tienen un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad. El 69% de los encuestados usan la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal. El 92% de los encuestados dijeron que si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio. El 85% de los encuestados respondieron que si ayuda la gestión de calidad a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa. El 100% de las Mypes conocen el termino de atención al cliente. El 100% de las Mypes aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes. El 100% de los encuestados consideran

fundamental la atención al cliente para que regrese al establecimiento. El 54% de los encuestados mencionan que la atención que brindan es buena. El 62% de los encuestados opinan que la mala atención que se está dando a los clientes es por una mala organización de los trabajadores. El 100% de las Mypes consideran que si es eficiente su empresa cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes. El 100% de las Mypes consideran que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado. Concluyendo que la mayoría de los representantes de las Mypes están siendo dirigidos por personas de 31 a 50 años, son del género masculino, con grado de instrucción superior universitaria, son dueños y desempeñan en el cargo de 7 años a más. La mayoría absoluta de las Mypes el tiempo de permanencia en el rubro tienen de 7 años a más, tienen de 1 a 5 trabajadores, las personas que trabajan son familiares y su objetivo de creación es generar ganancia. La mayoría absoluta de las Mypes 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.

Antúnez (2017) en su tesis titulada *Gestión de Calidad en la Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney 2016*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney 2016, utilizó como diseño de investigación no experimental-transversal-descriptivo, con una población de 26 micro y pequeñas empresas pertenecientes al sector servicio – rubro restaurantes, y determinó una muestra dirigida a 22 Mypes que aceptaron participar en la investigación. Obteniendo los siguientes resultados: el 72,7% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 63,6% son de sexo masculino. El 45,5% tienen un grado de instrucción superior. El 63,6% de las Mypes tienen entre 1 a 5 trabajadores. El 59,1% de las Mypes son

informales. El 68,2% de las Mypes tienen de 0 a 3 años de permanencia. El 59,1% aplican una gestión de calidad. El 40,9% usan como técnica de gestión la mejora continua en su negocio. Como conclusión menciona que la mayoría de los representantes de las Mypes del sector servicio rubro restaurante de la ciudad de Huarney son personal adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50 años, son de género masculino, con un grado de instrucción superior, la mayoría de las Mypes son informales, con un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, la mayoría de representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando como técnica la mejora continua.

Jauregui (2017) en su trabajo de investigación titulado *Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote 2014*, tuvo como objetivo: Determinar las principales características de gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de nuevo Chimbote, 2014, utilizó como diseño de investigación no experimental-transversal-descriptivo, una población de 26 micro y pequeñas empresas pertenecientes al sector servicio – rubro restaurantes y determinó una muestra dirigida de 22 Mypes que aceptaron participar en la investigación. Obteniendo como resultado: El 50% de los representantes de las Mypes tienen una edad promedio de 18 a 30 años. El 50% de los representantes son de género masculino. El 37,5% de los representantes son los dueños. El 37,5% de las Mypes tienen más de 07 años en el rubro. El 62,5% de las Mypes tienen entre 1 a 3 trabajadores. El 100% de las Mypes tienen como objetivo maximizar ganancias. El 100% de las Mypes desconocen el término gestión de calidad. El 75% de los representantes de las Mypes utilizan la técnica del liderazgo. El 100% de los representantes de las Mypes perciben en que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos. Concluyendo que la totalidad de las micro y pequeñas empresas no conocen técnicas de gestión, los que conocen en su mayoría aplican el liderazgo, por lo tanto, se puede decir que la mayoría de las Mypes si aplican gestión de calidad, pero desconocen el término, la totalidad tiene como

finalidad maximizar ganancias para apoyar a sus familias, la mayoría tienen una permanencia en el rubro de 07 años, esto les ha permitido posicionarse mejor, así mismo en su mayoría cuentan entre 1 a 3 trabajadores, la mayoría de los representantes de las Mypes son jóvenes ya que tienen una edad que oscila entre 18 a 30 años, cuentan con experiencia significativa en el rubro, la mayoría son de género masculino, son ellos los emprendedores de sus negocios y cuentan con estudios superiores no universitarios, finalmente son dueños propios.

Goicochea (2016) en su tesis titulada *La Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Boulevard Gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2015*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio -rubro restaurantes del Boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima periodo 2015. Utilizó como tipo de investigación cuantitativo, el nivel de investigación fue descriptivo, aplicó un diseño de investigación no experimental-transversal-descriptiva, con una población de 10 Mypes y la muestra fue del 100% de las micros y pequeñas empresas. Obtuvo como resultado lo siguiente: El 80% de los representantes de las Mypes tienen una edad de 31 a 50 años. El 70% de los representantes de las Mypes son de género masculino. El 40% de los representantes cuentan con estudios secundarios. El 80% de los representantes legales de las Mypes encuestados son los propios dueños. El 60% de los representantes respondieron que sus Mypes tienen más de 07 años de presencia en el mercado. El 60% de las Mypes tienen un total de 1 a 4 trabajadores. El 90% de los representantes tienen conocimiento en gestión de calidad. Llegó a las siguientes conclusiones: La mayoría de representantes legales de las Mypes son personas adultas, sus edades fluctúan entre 31 a 50 años, la mayoría son del género masculino, cuentan con estudios secundarios. La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen funcionando en el mercado por más de 07 años a más, y la cantidad de trabajadores que cuentan estas Mypes son de 01 a 04. La gran mayoría de los representantes legales de las Mypes si tienen conocimiento en gestión de

calidad, pero no existe interés en poner en práctica los diferentes procesos que te ofrece la gestión de calidad.

Ríos (2014) en su tesis titulada *Gestión de Calidad, Satisfacción de los Clientes y el Impacto en la Rentabilidad de las Mypes del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de Huanchaco año 2014*, tuvo como objetivo: 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 servicio rubro restaurantes del distrito de Huanchaco 2014, utilizó como tipo de nivel de investigación descriptiva – cuantitativa, el diseño de investigación fue no experimental-descriptivo, con una población de 180 Micro y pequeñas empresas y una muestra de 20 restaurantes que representa entre el 10 al 12% de la población. Obteniendo como resultado: El 35% de los representantes tienen entre 35 a 44 años de edad. El 65% de los representantes de las Mypes son varones. El 60% de los representantes cuentan con estudios universitarios. El 50% cuenta con 05 a 07 años a cargo del servicio. El 45% de las Mypes tienen como objetivo generar ingresos. El 85% considera que la gestión de calidad es importante para su empresa. Como conclusión indica que la minoría de los representantes del distrito de Huanchaco tiene una edad de 35 a 44 años, así mismo la mayoría de sus representantes son varones, la mayoría absoluta de los representantes cuentan con estudios universitarios los cuales le han permitido mantenerse en el cargo entre 05 a 07 años, a la vez la mayoría relativa tienen como objetivo generar rentabilidad del negocio los cuales han permitido mantenerse en el mercado, ya que la mayoría ofrece una buena atención.

2.2. Bases Teóricas

Las Micro y Pequeñas Empresas

Según la Ley N° 28015 (2013) las Micro y Pequeñas empresas han logrado un gran crecimiento en los diversos rubros que ofertan, logrando de esta manera generar oportunidades laborales para la población, esto debido a que son unidades de medida económicas y esto lo manifiesta el Artículo N° 02 de Ley, donde define

a las Mypes como la parte económica que puede estar constituida por una persona natural o jurídica, la cual este bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios que se encuentra regulada en el TUO (Texto Único Ordenado) de la Ley de Competitividad, Formalización y Desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas y del acceso al empleo docente.

La nueva Ley, clasifica a las Mypes como unidad de medida ya que generan rentabilidad tanto al país, así como para la sociedad. Por consiguiente, las Mypes tienen como objetivo de creación generar rentabilidad, con el fin de continuar creciendo en el mercado y así lograr sus objetivos y metas trazados en el rubro en el cual fueron creadas, de esta manera se facilitan el acceso para obtener a créditos bancarios, y brindar oportunidades laborales a la población.

Características de la nueva Ley MYPE N° 30056

Asimismo, según Ley N° 30056 (2013) las Micro y pequeñas empresas deben de basarse en lo establecido dentro de las características de la nueva Ley, la cual determina que las Mypes deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales establecidas en función de sus niveles de ventas anuales.

- Microempresa, ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña empresa, ventas anuales superiores a 150 hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana empresa, ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado por la Micro y Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrenado por el Ministro de Economía y Finanzas cada 2 años y no será menos a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido periodo.

De ahí que, la nueva Ley y sus modificaciones permite que las micro, pequeñas y medianas empresas tengan en cuenta las categorías empresariales en las cuales

puedan adecuarse según sus actividades y ventas anuales, ya que conformen van creciendo tienen que ir adecuándose en las categorías ya mencionadas. Así mismo, en el estudio el 50% de las Mypes cuentan entre 4 a 6 años de permanencia en el rubro que desarrollan desde el inicio de su creación, esto debido a que han sabido mantenerse en el mercado.

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas

Según Vásquez (2013) en la actualidad las Micro y pequeñas empresas son de suma importancia ya que intervienen en gran escala en el crecimiento económico del país, es decir, representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las Microempresas representan el 95,9% si se añaden las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo las Mypes brindan empleo a más del 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca del 45% del PBI; constituyen pues el principal motor del desarrollo del Perú. En consecuencia, su importancia se basa en:

Proporcionar abundantes puestos de trabajo.

Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.

Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.

Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.

Si bien es cierto, las Micro, Pequeñas y Medianas empresas son de suma importancia para el país, debido a que generan ingresos y aportes al estado, así como empleos a la ciudadanía. Sin embargo, existen muchas Mypes que aún son informales, las cuales por estar de esta manera no pueden acceder a créditos de mayor monto que le permitan invertir y hacer crecer sus negocios, a la vez no cuentan con las tecnologías adecuadas; es por ello que sólo un porcentaje de estas Mypes permanecen y crecen en el mercado.

Procesos de Gestión

Según De La Rosa y Arregoces (2015) el proceso de gestión se divide en cuatro fases:

Planeación:

Es el punto de partida, en donde se establecen los objetivos de toda organización con el fin de utilizar los recursos necesarios y que conlleve a lograr las metas trazadas, de acuerdo con el autor determina que la planeación es la evaluación de procesos, a fin de proporcionar el desarrollo gerencial y administrativo de la empresa, buscando reducir al máximo riesgos y aprovechar de manera sustancial los recursos y tiempos de la misma.

Organización:

Es la segunda fase en la organización, en donde se determinan los medios y medidas para lograr lo que se desea, en la cual se dispone el trabajo y los recursos entre los miembros de una organización en forma tal que pueda lograr los objetivos de manera eficiente. A través de esta etapa se busca lograr eficiencia, ordenamiento y coordinación racional de los recursos.

Dirección:

Es la tercera etapa y consiste en establecer una estructura formal de la institución vigilando además la administración de acuerdo con las proyecciones establecidas por los niveles de autoridad, es decir, es un proceso para lograr los objetivos planificados mediante el liderazgo, la comunicación, la motivación, el desarrollo, la capacitación e integración de equipos, los cuales garanticen la evaluación efectiva de las estrategias para obtener mejores resultados.

Control:

Es la etapa primordial en la administración, permite detectar las funciones inherentes y descubrir las diferencias que se presentan entre la ejecución y la planificación, con el fin de establecer medidas correctivas para proveer y corregir los errores, en tal caso, permite mejorar el desempeño del trabajo eficiente y eficaz con la finalidad de que la organización alcance sus metas.

De acuerdo a lo mencionado por el autor, la planeación permite que los dueños y/o representantes de las Mypes puedan analizar las diferentes situaciones,

tareas, recursos o actividades que desarrollan sus colaboradores, y de esta manera establecer estrategias adecuadas para sus negocios; con respecto a la organización se debe supervisar constantemente las funciones que realiza cada trabajador según el área en que este y capacitarlos con el fin de contar con el personal idóneo para que lleve a cumplir los procesos establecidos por la empresa. En el estudio, el 50% de las Mypes tienen dificultad para implementar la gestión de calidad debido al desconocimiento del puesto de sus trabajadores lo que ha sido perjudicial para sus negocios, por eso el 50% mide el rendimiento de su personal a través de la observación, para ver su desenvolvimiento ante el cliente y así poder orientarlos para que su atención sea de calidad.

Gestión

Según Rodríguez (2013) la gestión es una guía para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los fines que se desean alcanzar la secuencia de actividades que habrán de realizarse para lograr objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su concesión.

Es así, como la gestión está caracterizada por una visión más amplia de las posibilidades reales de una organización para resolver determinada situación o arribar a un fin determinado. Puede asumirse para obtener los resultados esperados. Pudiera generalizarse como una forma de alinear los esfuerzos y recursos para alcanzar un fin determinado. En tal sentido, los sistemas de gestión han tenido que irse modificando para dar respuesta a la extraordinaria complejidad de los sistemas organizativos que se han ido adoptando, así como a la forma en que el comportamiento del entorno ha ido modificando la manera en que incide sobre las organizaciones.

En este caso, el autor menciona que la gestión es una guía para que las empresas optimicen sus recursos, los cuales deben estar orientados a la visión y misión por la cual se formaron. La gestión debe ser uno de los pilares de las Mypes puesto que al saber aplicarlas podrán desarrollar los mejores procesos que contribuyan a que puedan lograr sus metas y objetivos trazados. En el estudio, el 58.33% de

los representantes de las Mypes tienen grado de instrucción superior universitario. De los cuales, el 58.33% aplican la atención al cliente como técnica de gestión de calidad, lo que les ha permitido que sus negocios continúen en el mercado.

Calidad

Según Pacheco (2017) la calidad es como satisfacer, sin limitaciones todas las necesidades del cliente, para lograr este grado de satisfacción, es esencial que las empresas adopten modelos de gestión orientados a la mejora continua de sus procesos, en conclusión, la calidad total no se limita únicamente a los límites propios de la empresa sino que intentan alcanzar la excelencia y la satisfacción de todos los involucrados en sus negocios, ya sean socios, proveedores, distribuidores, grupos de interés u otras empresas que con el tiempo proporcionen servicios externalizados.

Con respecto a lo mencionado por el autor, la calidad es fundamental para ofrecer un buen producto o servicio a los clientes, así como contar con los materiales, insumos y proveedores adecuados que permitan obtener este resultado. Sin embargo, muchas veces esto no sucede en las micro y pequeñas empresas puesto que no se preocupan en brindar productos de calidad, ya que sólo se preocupan en reducir costos para tener clientes, pero descuidan lo más importante la calidad; por ello, es necesario mantener una adecuada calidad del producto y/o servicio, así como en la atención a los usuarios.

Gestión de calidad

Según Pérez y Gardey (2014) denomina la gestión de calidad como un mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren. Por lo tanto, apunta a la coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad de la oferta. Un cliente satisfecho siempre implica un beneficio para la empresa, mayores ganancias, fidelidad, menos gastos en resolución de problemas, etc.

Si bien es cierto lo que refieren los autores, la gestión de calidad permite optimizar los procesos y está orientado a reducir costos y recursos, pero sin perder la calidad de la misma. Es por ello que en el estudio el 58.33% de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Chimbote conocen el término gestión de calidad, por consiguiente, el 75% de estas Mypes indican que la gestión de calidad mejora el rendimiento de sus negocios. Considerando lo mencionado por el autor y del estudio realizado se determina que la gestión de calidad es fundamental para todo negocio, ya que permite lograr una mejora continua de los productos y/o servicios, reducir costos, optimizar sus recursos, maximizar la rentabilidad y asegurar la continuidad del negocio.

Principios de la Gestión de Calidad

Según Gonzales (2015) menciona que los principios de la gestión de la calidad en los que sustenta la norma ISO 9001: 2015 son los siguientes:

Enfoque al cliente: el enfoque principal de gestión de la calidad es satisfacer las necesidades del cliente y esforzarse para superar sus expectativas.

Liderazgo: los líderes de todos los niveles establecen la unidad de propósito y crean las condiciones en que las personas se dedican a la consecución de los objetivos de calidad de la organización.

Compromiso de personas: contar con personas competentes, capacitadas y comprometidas en todos los niveles a lo largo de la organización resulta un componente esencial para que una organización pueda mejorar su capacidad para crear y ofrecer valor.

Enfoque de procesos: se logran resultados consistentes y predecibles más eficaz y eficientemente cuando las actividades se entienden y gestionan como procesos interrelacionados que funcionan con un sistema coherente.

Mejora; las organizaciones exitosas tienen un enfoque continuo en la mejora.

Toma de decisiones basada en evidencia; son el análisis y evaluación de los datos y la información son más propensos a producir los resultados deseados.

Gestión de las relaciones; para el éxito sostenido, una organización gestiona sus relaciones con las partes interesadas, como los proveedores o el entorno social cercano.

De acuerdo a lo mencionado por el autor, los principios de la gestión de calidad son esenciales para lograr obtener resultados positivos dentro de los negocios. Vinculando el concepto con el estudio el 66.67% de las Mypes mencionan que la gestión de calidad les ayuda a alcanzar sus objetivos y metas de creación. En ese sentido, los principios de la gestión de calidad permiten a toda organización contar con los lineamientos de apoyo para así implementar una mejora de los servicios que prestan con mejores enfoques, con el fin de tomar las decisiones más adecuadas que traigan consigo el bienestar de sus negocios.

Atención al cliente

Según Martínez (2013) la atención al cliente es uno de los elementos que mayor capacidad de diferenciación aporta al proceso de ventas. Una buena atención al cliente es imprescindible para conseguir su fidelidad.

Componentes de buena atención al cliente:

Amabilidad.

Atención personalizada.

Rapidez en la atención.

Ambiente agradable.

Comodidad.

Seguridad.

Higiene.

Acorde a lo mencionado con el autor, la atención al cliente es esencial para todo negocio, ya que una buena atención trae consigo más clientes. De igual manera sucede en el estudio donde el 91.67% de las Mypes consideran que la atención al cliente es fundamental para sus establecimientos. A la vez que el 58.33% aplican un precio justo y razonable para mantener a sus clientes. En conclusión, la atención al cliente es fundamental en toda empresa, por lo que las Mypes deben

preocuparse por brindar una atención de calidad, un trato personalizado, el cual debe ser con amabilidad; asimismo, contar con las condiciones adecuadas para que el cliente encuentre cordialidad, bienestar y diferenciación.

Gestión del servicio al cliente

Según Carrasco (2013) menciona que la atención al cliente y la excelencia en la gestión de este servicio es el elemento diferenciador clave en el contexto de los mercados hoy en día, cualquier organización debe estar preparada para incrementar el valor del servicio que ofrece a sus clientes. Las principales áreas de gestión del servicio de atención al cliente son:

Implementación en el resto de departamentos de la empresa.

Control y medida de la satisfacción de los clientes.

La atención como valor añadido en las relaciones cliente/empresa.

Calidad y excelencia.

Fidelización y aumento de la productividad.

En la opinión, el autor menciona que se debe implementar medidas necesarias para cubrir las necesidades que exige el cliente de hoy y así fidelizarlos. Cabe considerar por otra parte que en el estudio el 91.67% de las Mypes de Chimbote aplican la gestión de calidad en el servicio que ofrecen a sus clientes, aplicando estrategias que les permitan satisfacer las necesidades que demanda el cliente, así como medir la satisfacción de los mismos, para mejorar y continuar brindando una atención de calidad. A la vez, es imprescindible que todas las organizaciones lleven una buena gestión del servicio que ofrecen a sus clientes, ya que este es el punto principal y del cual dependen sus negocios.

Importancia de la calidad en el servicio al cliente

Según Franco (2016) la calidad del servicio al cliente es clave fundamental para el éxito en un establecimiento que se encarga de las prestaciones de servicios.

La calidad es importante pero la pasión y el amor a lo que hacemos es lo que realmente nos va a ayudar alcanzar el triunfo. Por eso como líderes de nuestros equipos de trabajo siempre tenemos que estar motivando para generar una actitud

positiva en nuestro personal y den un servicio de calidad, un servicio a la altura de nuestros clientes, un servicio de clase mundial.

Si bien es cierto lo mencionado por el autor, respecto a que se debe brindar una calidad en el servicio a los clientes, ya que, si se brinda un buen servicio, atendiendo las dudas y/o reclamos de los clientes a tiempo y de la mejor manera, este tendrá un impacto positivo para sus negocios. En el casco urbano de Chimbote donde se realizó el estudio las Mypes consideran que el 91.67% es eficiente cuando atiende las dudas y reclamos de los clientes. Además, el 83.33% consideran que la atención al cliente proporciona el posicionamiento en el mercado. Esto debido a que la calidad en la atención al cliente es sumamente importante porque es ahí donde la empresa se diferencia de su competencia y por ende donde se vuelve competitiva en el mundo de los negocios.

Principios de la atención al cliente

Según Soto (2013) define que la atención al cliente es básica, por eso recomienda 05 principios básicos de la atención al cliente:

El cliente es lo más importante: el cliente es quien compra y quien da beneficios a la empresa, por lo que hay que tener en cuenta sus voluntades y deseos.

El cliente siempre tiene la razón: es una frase que lleva mucho tiempo utilizándose y que prima en muchas empresas, pero ¿qué pasa si no la tiene? Hay que dar la razón al cliente sin quitársela a la empresa, de manera que se debe conseguir una solución que beneficie a ambas partes. Si el cliente quiere algo hay que buscar la manera de ofrecérselo, si hay reclamaciones de los clientes hay que ofrecer las mejores soluciones.

Marcar la diferencia: no basta con ofrecer una buena atención al cliente sino con ser diferente, ofrecer algo más de lo que busca el cliente, saber lo que quiere y ofrecérselo de una manera que ninguna otra empresa hará.

La satisfacción del cliente por encima de todo: la satisfacción del cliente es un arma de doble filo, ya que un cliente satisfecho puede traer más clientes a la empresa mientras que un cliente insatisfecho pueden ser muchos clientes perdidos.

Si se favorece la satisfacción del cliente, en ocasiones perdiendo o no perdiendo se pueden conseguir nuevos clientes que hagan ganar a la empresa.

Ofrecer una buena calidad de atención al cliente: se debe seguir los principios básicos de la atención al cliente, de manera que un cliente debe sentir que tiene una buena atención. Se debe saludar cordialmente, buscar conocer las necesidades del cliente, ayudarlo siempre que lo necesite, no atosigarle, ofrecerle recomendaciones si las pide, hacer sentir bien al cliente y hacer sentir que la está atendiendo de la mejor manera.

El autor menciona los principios que se debe tener en cuenta para atender a los clientes. En el estudio el 83.33% de las Mypes brinda una buena atención; sin embargo, el 41.67% considera que se puede dar una mala atención debido a una mala organización por parte de los trabajadores. Por ello y teniendo en cuenta que para que todo negocio crezca con el paso del tiempo esta debe preocuparse por mantener satisfecho a sus clientes y hacerlos sentir en confianza, aplicando sus propios principios, puesto que esto será de gran beneficio para sus negocios.

2.3. Marco Conceptual

Historia de la primera pollería en Chimbote

Los orígenes de las primeras pollerías en Chimbote, se desarrolla hace 61 años aproximadamente, en sus inicios la primera pollería “POLLO RICO”, abrió sus puertas a la población chimbotana, el cual fue aperturado por el Sr. Manuel Tizerán, ubicado en Jr. Leoncio Prado cuadra seis; luego surgió la POLLERÍA MUNDIAL, que estaba ubicada en la cuadra tres de Manuel Ruiz, es así que estas pollerías estaban ubicadas en el casco urbano de la ciudad y en la periferia. En esos tiempos el pollo a la brasa no era tan conocido por la población, ni por personas que llegaban en las embarcaciones del puerto de Chimbote, ya que el plato de tradición en ese entonces era el pescado. Mientras tanto, el pollo a la brasa en ese entonces se servía en unas canastillas de carrizo, los cuales eran elaborados por el propietario y se cubrían con papel cebolla, cuando los comensales terminaban de consumir se recogía con el papel los desperdicios para luego

echarlos al tacho de basura, estas canastillas eran reusables y se les volvía a colocar el papel cada vez que se servía.

Con el tiempo, han aparecido muchas pollerías en nuestra ciudad, sin embargo, muchas de ellas también han fracasado y su permanencia ha sido muy corta, desde que tengo uso de razón, recuerdo que mis padres me llevaban a la pollería Kikiriki, la cual a pesar de muchos años sigue en el mercado y no solo eso, sino que ha sabido posicionarse en la ciudad. Asimismo, hay muchas otras pollerías que utilizan estrategias para atraer y satisfacer a sus clientes, pero muy pocas de ellas aplican una adecuada gestión de calidad en el servicio que ofrecen a sus clientes.

Micro y Pequeñas Empresas del rubro pollerías

Las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, están funcionando por más 04 a 06 años, siendo estas dirigidas por los dueños que han logrado obtener gran experiencia en el mercado.

Este negocio consiste en la compra de diversos insumos que tiene el pollo a la brasa tradicional tales como: la papa, ensalada, pollo, mayonesa, etc. Estas Micro y pequeñas empresas se centran mucho en el área logística, ya que tienen que comprar insumos de máxima calidad para poder ofrecer un producto de agrado y satisfactorio al cliente, con un valor agregado y una buena atención para que sus clientes se sientan como en casa.

Productos

Pollos a la brasa, carnes de res y pollo en diferentes especialidades, guarniciones, ensaladas, jugos, limonadas, chichas, bebidas envasadas como las gaseosas y agua mineral.

Servicios

Servicios de Delivery (reparto a domicilio), los demás servicios u ofertas que pueden brindar las empresas lo hacen con poca regularidad dependiendo de la situación del mercado, pues si la competencia se hace más fuerte entonces es

necesario hacer ofertas para poder atraer a los clientes y así mantener un posicionamiento más fuerte del que ya tienen.

Cientes

Se ha identificado tres segmentos de mercado:

- Las familias de la clase A, B y C.
- Turistas

Gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del rubro pollerías

Estas Micro y pequeñas empresas se encuentran enfrentando graves problemas de gestión de calidad en el servicio que ofrecen, ya que el recurso humano encargado de la atención no brinda un servicio personalizado y no se hace de forma oportuna, ni es eficiente en la entrega de los productos, es por ello que están siendo afectadas gravemente en sus ingresos mensuales y en la pérdida de clientes.

Gestión de Calidad

Es el uso de técnicas o herramientas de gestión permite mejorar el proceso de toma de decisiones para el crecimiento y desarrollo de la empresa, así también podemos decir que la gestión de calidad aplicado a la administración de empresas obliga a que la misma cumpla las funciones que permitan mejorar el desarrollo de las actividades de las empresas, de sus recursos y de la optimización de los mismos, con el fin de lograr sus objetivos y continuar en el mercado, sin dejar de lado la evaluación de sus procesos.

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva, ya que sólo se va a conocer las costumbres, situaciones y actitudes a través de la descripción exacta de las actividades, procesos y las relaciones que existe entre las variables.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Para el trabajo de investigación se utilizó el diseño No Experimental – transversal – descriptivo.

Fue No experimental, porque se realizó sin manipular la variable gestión de calidad, a la vez se describió tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad y sin sufrir modificaciones dentro de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.

Fue Transversal, porque el estudio se realizó en el año 2018, en un espacio de tiempo determinado, donde tuvo inicio y fin.

Fue descriptivo, porque el estudio describió las primordiales características de la variable de gestión de calidad con el uso de la atención al cliente.

4.2. Población y muestra

Población

El presente estudio se realizó con una población de 12 Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018 (Ver anexo 3).

Muestra

La muestra se obtuvo mediante una población muestral por ser pequeña de 12 Micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Se trabajó con esta población ya que estos representantes proporcionaron la información que se solicitó (Ver anexo 4).

4.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes	Persona natural o jurídica que representa y asume la responsabilidad de una empresa.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> • 18 a 30 años • 31 a 50 años • 51 años a más 	Razón
		Genero	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino 	Nominal
		Nivel de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> • Sin instrucción • Primaria • Secundaria • Superior no universitaria • Superior universitario 	Razón
		Cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Dueño • Administrador 	Nominal
		Tiempo en el Cargo	<ul style="list-style-type: none"> • 0 a 3 años • 4 a 6 años • 7 años a mas 	Razón

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Las Micro y pequeñas empresas	Es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Permanencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 0 a 3 años ▪ 4 a 6 años ▪ 7 años a mas 	Razón
		Número de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 a 5 trabajadores ▪ 6 a 10 trabajadores ▪ 11 a más ttrabajadores 	Razón
		Los trabajadores son	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Personas familiares ▪ Personas no familiares 	Nominal
		Objetivo de creación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Generar ganancias ▪ subsistencia 	Nominal

4.3 Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad con el uso de la atención al cliente	Permite mejorar el proceso de toma de decisiones para el crecimiento y desarrollo de la empresa.	Conoce el termino gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planeamiento ▪ Planificación 	Nominal
		Técnicas modernas de gestión	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Benchmarking ▪ Empowerment ▪ Las 5 S ▪ Atención al cliente ▪ otros 	
		Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poca iniciativa ▪ Aprendizaje lento ▪ No se adapta a los cambios ▪ Desconocimiento del puesto 	
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La observación ▪ La evaluación ▪ Escala de puntuaciones ▪ Evaluación de 360° 	
	La atención al cliente es uno de los elementos que mayor capacidad de diferenciación aporta al proceso de ventas. Una buena atención al clientes es imprescindible para conseguir su fidelidad.	Conoce el termino atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Si ▪ No 	
		Calidad de atención	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buena ▪ Regular ▪ Mala 	
		Satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atiende a los gustos y necesidades del cliente. 	
		Técnicas de atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buena calidad de producto y servicio ▪ Precio justo ▪ Amplios horarios de atención 	
		Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brinda solución a los problemas y quejas de los clientes. 	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El presente estudio para recolectar información utilizó como técnica: la encuesta. Se utilizó como instrumento el cuestionario, la cual fue empleada a los representantes de las Mypes del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano la ciudad de Chimbote, 2018. El cual consta de 23 preguntas distribuidas de la siguiente manera: 05 dirigido a los representantes, 04 referente a las Micro y pequeñas empresas y 14 referente a la variable de gestión de calidad con el uso de la atención al cliente. (Ver anexo 4).

4.5. Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se usó el análisis descriptivo de las variables en estudio, se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales, así como figuras estadísticas. Para la elaboración del presente trabajo se utilizó los siguientes programas:

Microsoft Word: porque a través de este programa se pudo realizar la estructura y redacción digital de la investigación, así como la elaboración de las encuestas a través de sus aplicativos, también se verificó cada avance o mejora la cual se fue gravando consecuentemente.

Microsoft Excel: porque a través de este programa se pudo elaborar las tabulaciones, diseño de las figuras ingresando los datos obtenidos en la encuesta.

Programa Acrobat Reader: ya que permitió descargar archivos digitales de la biblioteca y convertir la redacción digital de Microsoft Word a PDF, para así ser más fácil la lectura y poder enviar los trabajos.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseño	Instrumentos y procesamiento
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeña empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>. Describir las principales características del gerente y/o representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.</p> <p>. Describir las principales características de las MYPES del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.</p> <p>. Describir las principales</p>	<p>Gestión de Calidad con el uso de la atención al cliente</p>	<p>Población:</p> <p>El estudio se realizó con una población de 12 Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.</p> <p>Muestra:</p> <p>Se determinó mediante una población muestral por ser pequeña de 12 Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.</p>	<p>Diseño</p> <p>Fue No experimental-transversal-descriptivo.</p> <p>No experimental, porque se realizó sin manipular la variable gestión de calidad, a la vez se describió tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad y sin sufrir modificaciones dentro de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del caso urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>Transversal, porque el estudio se realizó en el año 2018, en un espacio de tiempo determinado,</p>	<p>Técnica</p> <p>Se utilizó el instrumento del cuestionario como técnica.</p> <p>Plan de análisis de los datos</p> <p>Se utilizó el análisis descriptivo; para la tabulación de los datos. Se utilizó como soporte, el programa Excel, Microsoft Word, para la redacción y elaboración de tablas digitales y el Acrobat Reader XI, para descargar y leer archivos digitales.</p>

	<p>características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.</p>			<p>donde tuvo un inicio y un fin.</p> <p>Descriptivo, porque el estudio describió las primordiales características de los de la variable de gestión de calidad con el uso de la atención al cliente.</p>	
--	---	--	--	---	--

4.7. Principios éticos

El presente trabajo se realizó con los siguientes principios:

El principio de confiabilidad: porque la investigación se desarrolló teniendo en cuenta que toda la información proporcionada por los representantes de las Mypes sean verídicas, respetando el derecho de cada autor.

El principio de confidencialidad: porque se respetó este derecho el cual se mencionó a los encuestados asegurándoles que no habría ningún tipo de conflictos de interés por parte de la información brindada, asimismo las encuestas fueron anónimas para evitar cualquier inconveniente y no perjudicar a los representantes de las Mypes que brindaron la información.

El principio de respeto a la persona humana: porque desde el inicio se respetó la dignidad humana de todos los involucrados con el desarrollo de investigación, sin distinción de raza, sexo, nivel económico y social, ya que todo aporte obtenido es valioso e inolvidable.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.

Datos generales	Número de Mypes	Porcentaje
Edad		
30 años	1	8.33
31 a 50 años	9	75.00
51 a más años	2	16.67
Total	12	100.00
Género		
Masculino	9	75.00
Femenino	3	25.00
Total	12	100.00
Grado de Instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	0	0.00
Superior no universitaria	5	41.67
Superior universitaria	7	58.33
Total	12	100.00
Cargo		
Dueño	8	66.67
Administrador	4	33.33
Total	12	100.00
Tiempo que desempeña el cargo		
0 a 3 años	3	25.00
4 a 6 años	8	66.67
7 a más años	1	8.33
Total	12	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.

Tabla 2

Características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chicbote, 2018.

De la empresa	Número de Mypes	Porcentaje
Tiempo de permanencia de la empresa		
0 a 3 años	2	16.67
4 a 6 años	6	50.00
7 a más años	4	33.33
Total	12	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	9	75.00
6 a 10 trabajadores	1	8.33
11 a más trabajadores	2	16.67
Total	12	100.00
Las personas que trabajan en su empresa son		
Familiares	0	0.00
Personas no familiares	12	100.00
Total	12	100.00
Objetivo de creación		
Generar rentabilidad	9	75.00
Subsistencia	3	25.00
Total	12	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chicbote, 2018.

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente, en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.

Gestión de Calidad	Número de Mypes	Porcentaje
¿Conoce el término gestión de calidad?		
Si	7	58.33
No	5	41.67
Total	12	100.00
¿Qué técnicas modernas de gestión de calidad, conoce?		
Bechmarking.	2	16.67
Empowerment.	0	0.00
Las 5 S.	1	8.33
Atención al cliente.	7	58.33
Otros.	2	16.67
Total	12	100.00
¿Qué dificultades tiene para implementar la gestión de calidad?		
Poca iniciativa.	1	8.33
Aprendizaje lento.	0	0.00
No se adapta a los cambios.	3	25.00
Desconocimiento del puesto.	6	50.00
Otros.	2	16.67
Total	12	100.00
¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?		
La observación.	6	50.00
La evaluación.	4	33.33
Escala de puntuaciones.	2	16.67
Evaluación de 360°.	0	0.00
Otros.	0	0.00
Total	12	100.00
¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?		
Si	9	75.00
No	3	25.00
Total	12	100.00
¿La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos?		
Si	8	66.67
No	4	33.33
Total	12	100.00
¿Conoce el término atención al cliente?		
Si	11	91.67
No	1	8.33
Total	12	100.00
¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda?		
Si	11	91.67
No	1	8.33
Total	12	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente, en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.

<i>¿Cree que la atención al cliente es fundamental?</i>		
Si	11	91.67
No	1	8.33
Total	12	100.00
<i>La atención que brinda es:</i>		
Buena	10	83.33
Regular	2	16.67
Mala	0	0.00
Total	12	100.00
<i>¿Por qué considera Ud. Que se está dando una mala atención?</i>		
No tiene suficiente personal.	4	33.33
Por una mala organización de los trabajadores.	5	41.67
Si brindan una buena atención al cliente.	3	25.00
Total	12	100.00
<i>¿Qué técnicas de atención al cliente aplica?</i>		
Buena calidad de producto o servicio.	5	41.67
Precio justo y razonable.	7	58.33
Amplia variedad de formas de pago.	0	0.00
Horarios de atención se adaptan al cliente.	0	0.00
Total	12	100.00
<i>¿Cree Ud. que la empresa es eficiente cuándo atiende los reclamos?</i>		
Si	11	91.67
No	1	8.33
Total	12	100.00
<i>¿Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento del mercado?</i>		
Si	10	83.33
No	2	16.67
Total	12	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.

5.2. Análisis de los Resultados

Tabla 1

Referente a las características generales de los representantes legales de las Micro y Pequeñas empresas

Edad: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años. Esto coincide con los resultados de Vasallo (2017), donde menciona que el 60% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, a la vez coinciden con los resultados de Antúnez (2017), quien indica que el 72.2% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, también coincide con Goicochea (2016), quien manifiesta que el 80% de los representantes de las Mypes tienen de 31 a 50 años de edad. Pero contrasta con los resultados obtenidos por Pérez (2017), que menciona el 69% de los representantes tiene de 18 a 30 años, del mismo modo contrasta con Jauregui (2017), quien obtuvo que el 50% de los representantes de estas Mypes tiene entre 18 a 30 años, esto también contrasta con Ríos (2014), que determina que el 35% tiene de 35 a 44 años de edad. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018; están siendo dirigidas por personas adultas de 31 a 50 años, ya que actualmente los representantes de las Mypes son emprendedores que cuentan con experiencia y conocimiento en el rubro.

Género: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. Esto coincide con los resultados obtenidos por Pérez (2017), quien menciona que el 50% del representante son de género masculino, asimismo con Vasallo (2017), que indica que el 62% son masculino, a su vez que Antúnez (2017), quien menciona que el 63% son de género masculino, de igual manera coincide con Jauregui (2017), donde indica que el 50% son de género masculino, a la vez que Goicochea (2016), quien determina que el 70% son de género masculino, de igual manera coincide con Ríos (2014), quien menciona que el 65% son de género masculino. Esto demuestra que la mayoría absoluta de los

representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, están siendo dirigidas por el género masculino, debido a que actualmente se ve que los varones han incursionado a gran escala en el mundo de la gastronomía, ya que son más apasionados y toman con mucha seriedad su trabajo, lo cual les ha permitido tener la fortaleza para innovar y obtener mejores resultados.

Grado de instrucción: El 58.33% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior universitario. Esto coincide con los resultados de Vasallo (2017), donde menciona que el 54% tiene estudios superior universitario, asimismo coincide con los resultados de Antúnez (2017), quien menciona que el 45.5% de los representantes tienen estudios superiores, del mismo modo que Rios (2014), que el 60% de representantes cuenta con estudios superior universitario. Pero contrasta con Pérez (2017), donde indica que el 60% tiene estudio superior no universitario, a la vez que Jauregui (2016), quien indica que el 37.5% tiene estudios superiores no universitarios, al igual que Goicochea (2016), donde el 40% tienen estudios secundarios. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, están siendo dirigidas por profesionales universitarios, los cuales tienen más conocimientos y pueden aplicar mejores estrategias administrativas que servirá para desarrollar un mejor liderazgo y una buena gestión de todos sus recursos el cual será de mayor beneficio para los negocios.

Cargo: El 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños de los negocios. Esto coincide con los resultados encontrados por Pérez (2017), donde menciona que el 60% son propietarios de sus negocios, a la vez que Vasallo (2017), quien determina que el 77% son dueños de sus propios negocios, a la vez coincide con los resultados de Jauregui (2017), donde menciona que el 37.5% de los representantes son dueños, también coincide con los resultados de Goicochea (2016), que menciona al 80% como dueños de los negocios. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas

del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, son los dueños quienes administran sus propios negocios, ya que son emprendedores que se enfocan en el futuro de sus negocios, asumen sus retos y se preparan para tomar las mejores decisiones día a día, es así que esto les ha permitido llevar un mejor control de los mismos.

Tiempo que desempeña el cargo: El 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo. Esto contrasta con los resultados obtenidos por Pérez (2017), quien menciona que el 40 % de los representantes tienen de 1 a 3 años desempeñando el cargo, a la vez contrasta con Vasallo (2017), donde indica que el 69% se desempeña entre 7 a más años, también contrasta con los resultados de Jauregui (2017), quien indica que el 37.5% tienen más de 7 años de desempeño del cargo, al igual que Rios (2014), quien manifiesta que el 50% tiene entre 5 a 7 años de desempeño en el cargo. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, cuenta con representantes que tienen experiencia en el cargo entre 4 a 6 años, ya que tienen conocimientos y habilidades que proporcionan minimizar los riesgos y aplicar nuevas técnicas que permitan la continuidad del negocio y cumplimiento de sus objetivos trazados.

Tabla 2

Referente a las características de las Micro y Pequeñas empresas

Tiempo de permanencia de la empresa: El 50% de las micro y pequeñas empresas tiene de 4 a 6 años de permanencia en el rubro. Esto coincide con los resultados de Pérez (2017), quien indica que el 70% tienen entre 4 a 5 años de permanencia. Pero contrasta con los resultados obtenidos por Vasallo (2017), donde menciona que el 85% tienen de 7 a más años de permanencia, también contrasta con los resultados de Antúnez (2017), quien menciona al 68.2% tienen de 0 a 3 años, a la vez que Goicochea (2016), donde indica que el 60% cuenta con 7 años de permanencia. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas

del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, se han mantenido en el mismo rubro entre 4 a 6 años, debido a su constante trabajo de satisfacción con el cliente, el cual les ha permitido su permanencia en el mercado.

Número de trabajadores: El 75% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. Esto coincide con los resultados de Vasallo (2017), quien indica que el 69% cuenta con 1 a 5 trabajadores, a la vez coincide con los resultados de Antúnez (2017), donde indica que el 63.6% cuenta de 1 a 5 trabajadores. Pero contrasta con lo obtenido por Pérez (2017), que indica el 70% cuenta con 1 a 3 trabajadores, de igual manera contrasta con Jauregui (2017), donde el 62.5% tiene de 1 a 3 trabajadores, al igual que Goicochea (2016), que indica al 60% con 1 a 4 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, tienen entre 1 a 5 trabajadores, el cual les ha permitido mantener mejor relación laboral con el personal, quienes están comprometidos con el negocio y así también son motivados.

Personas que trabajan en la empresa: El 100% de las micro y pequeñas empresas laboran con personas no familiares. Esto contrasta con lo obtenido por Antúnez (2017), quien determina que el 50% trabaja con personas familiares y externo, a la vez contrasta con el resultado de Vasallo (2017), que indica al 62% labora con personas familiares. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, trabajan con personas que no son familiares, el cual les permite evitar conflictos y así tener un mejor desempeño por parte de los colaboradores.

Objetivo de creación: el 75% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar rentabilidad. Este resultado coincide con lo obtenido por Vasallo (2017), quien determina que el 100% tienen como creación generar ganancias, al igual que lo obtenido por Jauregui (2017), que indica el 100% tienen como objetivo maximizar ganancias y también coincide con Rios (2014), quien

indica que el 45% tiene el objetivo de generar ingresos. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, tienen como objetivo primordial obtener rentabilidad en sus negocios para que de esta manera puedan satisfacer sus necesidades y continuar creciendo en el mercado competitivo.

Tabla 3

Referente a las características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas

Término de gestión de calidad: El 58.33% de las micro y pequeñas empresas si conocen el término de gestión de calidad. Esto coincide con los resultados de Pérez (2017), quien determina que el 80% si conoce el termino gestión de calidad, a la vez coincide con lo obtenido por Vasallo (2017), que indica el 92% conoce el termino gestión de calidad, también coincide con Goicochea (2016), donde indica que el 90% conoce el termino gestión de calidad. Pero contrasta con Jauregui (2017), quien indica que el 100% desconocen el término gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, tienen conocimiento en el término gestión de calidad, el cual aplican en sus negocios y les ha permitido reducir costos y mejorar los procesos lo cual se ve reflejado en la rentabilidad de sus negocios.

Técnicas modernas de gestión de calidad: El 58.33% de las micro y pequeñas empresas aplican como técnica de gestión de calidad la atención al cliente. Esto coincide con los resultados de Vasallo (2017), quien determina que el 100% conoce como técnicas modernas la atención al cliente. Pero contrasta con lo obtenido por Antúnez (2017), donde el 4.9% conoce la mejora continua como técnica de gestión de calidad y también contrasta con los resultados de Jauregui (2017), quien indica que el 75% aplica como técnica de gestión de calidad el liderazgo democrático. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de

Chimbote 2018, aplican la atención al cliente como técnicas modernas de gestión, ya que una buena atención trae consigo más clientes, es por ello que estas Mypes capacitan a su personal para poder ofrecer el mejor servicio y así obtener su fidelidad y crecer sus negocios.

Dificultades para implementar la gestión de calidad: El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen como dificultad el desconocimiento del puesto. Esto contrasta con el resultado de Vasallo (2017), quien determina que el 61.5% tienen como dificultad para implementar la gestión de calidad el aprendizaje lento. Esto muestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, tiene dificultad para implementar la gestión de calidad debido a que sus colaboradores no tienen conocimiento sobre lo que es gestión de calidad, lo cual es una desventaja para las empresas.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 50% de las micro y pequeñas empresas miden el rendimiento de su personal con la observación. Esto coincide con los resultados obtenidos por Vasallo (2017), quien determina que el 69% mide el rendimiento de las personas a través de la observación. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, aplican como técnica para medir el rendimiento de sus colaboradores la observación, ya que a través de esta evaluación observan el desempeño de su personal para conocer su comportamiento, habilidades, compañerismo, entre otros los cuales permitirán saber si cuenta con el personal idóneo.

La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio: El 75% de las micro y pequeñas empresas indican que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios. Esto coincide con lo obtenido por Vasallo (2017), quien manifiesta que el 92% indica que la gestión de calidad si contribuye con mejorar el rendimiento del negocio. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco

urbano de la ciudad de Chimbote 2018, considera que la gestión de calidad es de suma importancia ya que permite reducir procesos y así mejorar la satisfacción de sus clientes ofreciendo un buen servicio.

La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos: El 66.67% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de calidad si les ayuda a alcanzar sus objetivos y metas. Esto coincide con los resultados realizados por Vasallo (2017), quien considera que el 85% indica que la gestión de calidad si les ayuda alcanzar objetivos, del mismo modo coincide con los resultados de Jauregui (2017), donde determina que el 100% si considera la gestión de calidad para alcanza objetivos. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, indican que la gestión de calidad si les permite alcanzar con sus objetivos y metas trazadas, lo cual les ayuda a mantener una buena planificación de sus actividades y así crecer en el negocio en que se desempeñan.

Conoce el término atención al cliente: El 91.67% de las micro y pequeñas empresas indican que si conocen el término atención al cliente. Esto coincide con lo obtenido por Vasallo (2017), donde menciona que el 100% si conoce el termino atención al cliente. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, si conocen el término atención al cliente, por ello se preocupan en brindar la mejor atención y cumplir con sus expectativas para así cuidar a sus clientes.

Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda: El 91.67% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que si aplican la gestión de calidad en los servicios que brindan. Esto coincide con los resultados obtenidos por Vasallo (2017), donde menciona que el 100% aplica la gestión de calidad en sus servicios. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan, ya que esto les ha permitido la

fidelización de sus clientes y que estos a la vez han traído consigo a más clientes y muy buenas referencias de sus negocios.

La atención al cliente es fundamental: El 91.67% de las micro y pequeñas empresas indica que la atención al cliente si es fundamental para sus negocios. Esto coincide con los resultados obtenidos por Vasallo (2017), quien manifiesta que el 100% indican que la atención al cliente es fundamental. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, indican que es fundamental la atención al cliente para poder fidelizarlos y atraer a nuevos clientes potenciales y así diferenciarse de la competencia.

La atención que brinda: El 83.33% de las micro y pequeñas empresas aplican una buena atención al cliente. Esto coincide con los resultados realizados por Vasallo (2017), donde manifiesta que el 54% brinda una buena atención. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, brindan una buena atención a sus clientes, con un servicio rápido y especializado los cuales permiten que estos regresen nuevamente y así incrementar sus ventas.

Considera que se está dando una mala atención: El 41.67% de las micro y pequeñas empresas consideran que dan una mala atención por una mala organización de sus trabajadores. Esto coincide con los resultados de Vasallo (2017), quien determina que el 62% considera que da una mala atención debido a la mala organización de sus trabajadores. Esto demuestra que la mayoría relativa de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, consideran que están dando una mala atención debido a una mala organización de sus trabajadores, ya que estos no se sienten identificados, ni comprometidos con el negocio, a la vez que no están capacitados por lo cual desconocen los procesos de atención.

Técnicas de atención al cliente que aplica: El 58.33% de las micro y pequeñas empresas considera como técnicas de atención al cliente el precio justo y razonable y el 41.7% manifiesta que buena calidad del producto o servicio. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, aplican como técnicas modernas de atención al cliente el precio justo y razonable ya que esta técnica le ha servido como estrategias para mantener a sus clientes aplicando cuidadosamente la fijación del precio para ser más competitivos y determinar la elección de los consumidores, es por ello que actualmente las Mypes se esfuerzan en dar el mejor servicio a sus clientes.

La empresa es eficiente cuándo atiende sus reclamos: El 91.67% de las micro y pequeñas empresas considera que la empresa es eficiente cuando se atiende los reclamos. Esto coincide con los resultados obtenidos por Vasallo (2017), quien determina que el 100% considera a la empresa eficiente cuando atiende sus reclamos. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, indican que la empresa es eficiente cuando atiende y soluciona los reclamos de sus clientes, ya que en ocasiones estas quejas permiten ver en que están fallando para corregir en adelante, sin embargo, estas quejas son atendidas de manera inmediata y efectiva, ya que un cliente satisfecho trae consigo más clientes.

La atención al cliente permite el posicionamiento del mercado: El 83.33% de las micro y pequeñas empresas afirman que la atención al cliente les permite el posicionamiento del mercado. Esto coincide con lo obtenido por Vasallo (2017), donde menciona que el 100% si consideran que la atención al cliente permite posicionarse en el mercado. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, manifiestan que la atención al cliente les permite posicionarse en el mercado, permitiendo que el negocio crezca y tenga éxito, ya que los clientes reconocen la imagen e identifican a la empresa.

VI. CONCLUSIONES

6.1. Conclusiones

Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

La mayoría absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, tienen entre 31 a 50 años, están siendo dirigidas por el género masculino, asimismo la mayoría son profesionales universitarios, dueños de sus propios negocios y tienen entre 4 a 6 años de experiencia.

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, cuentan con 4 a 6 años de permanencia en el rubro, a la vez la mayoría absoluta de las Mypes tienen entre 1 a 5 trabajadores, su objetivo de creación es generar ingresos y la totalidad de las Mypes trabajan con personas no familiares en sus negocios.

Referente a la gestión de calidad con el uso de la atención al cliente

La mayoría conoce el término gestión de calidad, aplican como técnicas modernas de gestión la atención al cliente, tienen dificultad para implementar la gestión de calidad debido a que sus trabajadores no tienen conocimiento sobre lo que es gestión de calidad, aplican la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal, manifiestan que la gestión de calidad les ayuda alcanzar los objetivos trazados, consideran como técnicas de atención al cliente el precio justo y razonable, así mismo la mayoría absoluta considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios, conocen el término atención al cliente, aplican la gestión de calidad en los servicios que brindan, la atención al cliente es fundamental, aplican una buena atención al cliente así como la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos, afirman que la atención al cliente permite el posicionamiento del mercado y por último la mayoría relativa considera que dan una mala atención debido a una mala organización de sus trabajadores.

6.2. Recomendaciones

Aprovechar la experiencia y conocimientos universitarios de los dueños para aplicar herramientas de gestión que mejor conozcan, elaborar un plan estratégico para conocer la situación actual de sus negocios y así formular estrategias necesarias que permitan lograr los objetivos trazados.

Implementar la gestión de calidad en la atención al cliente, ya que las Micro y Pequeñas empresas deben estar prestos a los cambios del mercado y trabajar para diferenciarse de la competencia ofreciendo un valor agregado el cual les ayudará a brindar un servicio de calidad con una excelente atención al cliente y permitirá el posicionamiento del mercado y en consecuencia continuar obteniendo rentabilidad de sus negocios.

Realizar capacitaciones al personal en temas de atención al cliente, el cual debe ser continuo y adaptable a las nuevas tendencias, donde lo que se busca es brindar un buen servicio, satisfacer al cliente y contribuir con la superación de los colaboradores para que se sientan motivados y esto se vea reflejado en trato al cliente.

REFERENCIAS

- Antúnez Castillo, Lizet Xiobelli (2017) *Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey 2016* (Tesis de pregrado). Escuela Profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú.
- Carrasco Fernández, Soledad (2013) *Gestión de la atención al cliente/consumidor* (pág. 5-6). España: Ediciones Paraninfo, S.A.
- De la Rosa Susan y Arregoces Anderson (2015) *Diseño de un plan de mejoramiento administrativo para los departamentos de compra, logística y recursos humanos, de la empresa Buzca. S.A., en la ciudad de Cartagena* (Tesis de pregrado). Recuperado de:
<http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/2536/1/Trabajo%20de%20Grado%20susan%20de%20la%20rosa%20y%20anderson%20arregoces.pdf>
- Franco Navarro, Gustavo (2016) *¿Por qué es importante la calidad del servicio al cliente?* Recuperado de: <http://blogs.unitec.mx/vida-universitaria/por-que-es-importante-la-calidad-del-servicio-al-cliente>
- Goicochea Flores, Karina Rossi (2016) *La Gestión de Calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima 2015* (Tesis de pregrado). Escuela Profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú.
- Gonzales, Hugo (2015) *La nueva ISO 9001: 2015*. Recuperado de: <https://calidadgestion.wordpress.com/tag/principios-de-gestion-de-calidad/>

Grimaldo, Igor (24 de marzo del 216) *Una de cada cuatro medianas empresas registran caídas de 50% en ventas por su mala gestión*. Gestión. Recuperado de: <http://gestion.pe/empresas/cada-medianas-empresas-registran-caidas-50-ventas-su-mala-gestion-2157057>

Jauregui Baca, Yenne (2017) *Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote 2014* (Tesis de pregrado). Escuela Profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú.

Ley N° 28015 (2013) *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeñas empresas* [PDF]. Recuperado de: http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

Ley N° 30056 (2013) *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial* [PDF]. Título II. Pág. 498465-498471. Recuperado de: <http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

Luco Repossi, Andrés (2016) *¿Por qué fracasan las Pymes?* Business Consulting. Recuperado de: <https://www.businessconsulting.cl/por-que-fracasan-las-pymes/>

Marker, G (2015) *Casi la mitad de las Pymes mexicanas fracasan por una mala gestión*. Gestión.org. Recuperado de: <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35717/casi-la-mitad-de-las-pymes-mexicanas-fracasan-por-una-mala-gestion/>

- Martínez, Celestino (2013) *Cómo mejorar la gestión de la atención al cliente*. Recuperado de: <http://celestinomartinez.com/2013/01/08/como-mejorar-la-gestion-de-la-atencion-al-cliente/>
- Pacheco, José (2017) *Entienda lo que es la calidad total y como se relaciona con la gestión de la mejora continua*. Recuperado de: <https://www.heflo.com/es/blog/calidad/control-total-calidad/>
- Paulise, Luciana (2015) *Argentina difícil: el 80% de las Pymes fracasa a los 02 años*. Urgente 24. Recuperado de: <http://www.urgente24.com/244816-argentina-dificil-el-80-de-las-pymes-fracasa-a-los-2-anos>
- Pérez Porto Julian y Gardey Ana (2014) *Sistema de gestión de calidad*. Definición. DE. Recuperado de: <https://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Pérez Velásquez, Luz Thalía (2017) *Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016* (Tesis de pregrado). Escuela Profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú.
- Ríos Carranza, Mariela Sucel (2014) *Gestión de Calidad, Satisfacción de los Clientes y el Impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes – del distrito de Huanchaco año 2014* (Tesis de pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú.
- Rodríguez, Alberto (2013) *Gestión, tipos, gestión investigativa, enfoque*. Recuperado de: http://doctxs6.blogspot.pe/2013/01/gestion-tipos-gestion-investigativa_27.html

Soto, B (2013) *5 principios básicos de la atención al cliente*. Recuperado de:
<https://www.gestion.org/marketing/atencion-cliente/11175/5-principios-basicos-de-la-atencion-al-cliente/>

Tello Cabello, Sara Ynés (2014) *Importancia de la micro, pequeña y medianas empresas en el desarrollo del país* (artículo de asesoría empresarial). (20), 201-2018. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.21506/lex.v12i14.623>

Vásquez, Juan Carlos (2013) *Importancia de las Mypes en el Perú*. Recuperado de: <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

Vasallo Saldaña, Tania (2017) *Gestión de Calidad en Atención al Cliente, en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Agencias Movistar Móvil, casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016* (Tesis de pregrado). Escuela Profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú.

Anexo 1

Matriz de actividades:

Actividades	Diciembre				Enero				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Título de tesis, hoja de firma de jurado, Hoja de agradecimiento, Hoja de dedicatoria, Resumen, Abstract, Contenido	X	X							
Introducción			X						
Revisión de la Literatura				X					
Metodología de Investigación					X				
Resultado de Investigación						X			
Análisis de resultados							X		
Conclusiones y recomendaciones							X		
Referencias bibliográficas								X	
anexos								X	
Presentación del informe final									X

Anexo 2

Presupuesto

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
USB	01	18.00	18.00
Folder	02	0.70	1.40
Pasajes			50.00
Lapiceros	01	0.50	0.50
Hojas A4	150		12.00
Copias	20	0.10	2.00
Impresión	127	0.30	38.10
Empastado	01	24.00	24.00
Curso Taller de Titulación	01	2,100.00	2,100.00
TOTAL			2,246.00
Financiamiento: Autofinanciado			
Elaborado por: Elizabeth Ysela Yzaguirre Ventura			

Anexo 3

Cuadro de Sondeo

Nº	Razón Social	Representante	Dirección
1	Pollería Don Lolo	Magan Leon Luis Alberto	Jr. Manuel Villavicencio N° 412
2	Pollería Mirko	Inversiones Losuy EIRL	Jr. Manuel Villavicencio N° 417
3	Restaurant – Cevichería – Pollería “Pio Pez”	Mendez Manay José Luis	Jr. Manuel Ruiz N° 603
4	Restaurant – Pollería “Pollos Broaster Marco”	Riberiro Ramirez Marco Antonio	Jr. Ladislao Espinar N° 555 (2do Piso)
5	Pollería Cholo’s Chicken	Larriega Chavez Milagros Maria Ines	Jr. Alfonso Ugarte N° 454
6	Pollería Kikiriki Chicken	Ariana Negocios SAC	Jr. Manuel Ruiz N° 317
7	Pollería Delca’s	Ramos Calderon Eduardo Gregorio	Jr. Manuel Villavicencio N° 324
8	Pollería Delca’s	Del Castillo Cañari Elena Berta	Av. José Pardo N° 582
9	Restaurant Pollería “El Palmerito”	Tello Silva Luis Fernando	Jr. Leoncio Prado N° 780
10	Pollería “La Granja Linda”	Garcia Cotrina Lynda Ainalem	Av. José Pardo 6515
11	Rikoton Chicken - Grill	Rocca Jara Marco Antonio	Jr. Enrique Palacios 444
12	Pollería “Wilson”	Castro Quiroz Mirtha	Av. José Pardo 381

Anexo 4

Población Muestral

N°	Razón Social	Representante	Dirección
1	Pollería Don Lolo	Magan Leon Luis Alberto	Jr. Manuel Villavicencio N° 412
2	Pollería Mirko	Inversiones Losuy EIRL	Jr. Manuel Villavicencio N° 417
3	Restaurant – Cevichería – Pollería “Pio Pez”	Mendez Manay José Luis	Jr. Manuel Ruiz N° 603
4	Restaurant – Pollería “Pollos Broaster Marco”	Riberiro Ramirez Marco Antonio	Jr. Ladislao Espinar N° 555 (2do Piso)
5	Pollería Cholo’s Chicken	Larriega Chavez Milagros Maria Ines	Jr. Alfonso Ugarte N° 454
6	Pollería Kikiriki Chicken	Ariana Negocios SAC	Jr. Manuel Ruiz N° 317
7	Pollería Delca’s	Ramos Calderon Eduardo Gregorio	Jr. Manuel Villavicencio N° 324
8	Pollería Delca’s	Del Castillo Cañari Elena Berta	Av. José Pardo N° 582
9	Restaurant Pollería “El Palmerito”	Tello Silva Luis Fernando	Jr. Leoncio Prado N° 780
10	Pollería “La Granja Linda”	Garcia Cotrina Lynda Ainalem	Av. José Pardo 6515
11	Rikoton Chicken - Grill	Rocca Jara Marco Antonio	Jr. Enrique Palacios 444
12	Pollería “Wilson”	Castro Quiroz Mirtha	Av. José Pardo 381

Anexo 5



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CUESTIONARIO

El presente trabajo de investigación tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Gestión de Calidad en la Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, del Sector Servicio, Rubro Pollerías, en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote 2018”. Tesis que servirá para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

La información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y de investigación. 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 a 30 años
- b) 31 a 50 años
- c) 51 a más años

2. Género:

- 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 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 rentabilidad
- b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No

11. ¿Qué técnicas modernas de Gestión de Calidad conoce?

- a) Benchmarking
- b) Empowerment
- c) Las 5 S
- d) Atención al cliente
- e) Otros

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. ¿Qué 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 calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

- a) Si
- b) No

15. **¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización?**
a) Si
b) No

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. **¿Conoce el termino atención al cliente?**
a) Si
b) No
17. **¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?**
a) Si
b) No
18. **¿Creé que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?**
a) Si
b) No
19. **La atención que brinda a los clientes es:**
a) Buena
b) Regular
c) Mala
20. **¿Por qué 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. **¿Qué técnicas modernas de atención al cliente aplica dentro de su microempresa?**
a) Buena calidad de producto o servicio
b) Precio justo y razonable
c) Amplia variedad de formas de pago
d) Horarios de atención se adaptan fácilmente al cliente
22. **¿Creé Ud. que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?**
a) Si
b) No
23. **¿Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?**
a) Si
b) No

Anexo 6

Hoja de Tabulaciones

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1. Edad	a) 18 a 30 años	I	1	8,33
	b) 31 a 50 años	III III	9	75,0
	c) 51 a más años	II	2	16,7
	TOTAL	12	12	100,0
2. Genero	a) Masculino	III III	9	75,0
	b) Femenino	III	3	25,0
	TOTAL	12	12	100,0
3. Grado de instrucción	a) Sin instrucción	-	0	0,0
	b) Primaria	-	0	0,0
	c) Secundaria	-	0	0,0
	d) Superior no universitario	III	5	41,7
	e) Superior universitario	III III	7	58,3
	TOTAL	12	12	100,0
4. Cargo que desempeña	a) Dueño	III III	8	66,7
	b) Administrador	III	4	33,3
	TOTAL	12	12	100,0
5. Tiempo que desempeña el cargo	a) 0 a 3 años	III	3	25,0
	b) 4 a 6 años	III III	8	66,7
	c) 7 a más años	I	1	8,3
	TOTAL	12	12	100,0
6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	a) 0 a 3 años	II	2	16,7
	b) 4 a 6 años	III I	6	50,0
	c) 7 a más años	III	4	33,3
	TOTAL	12	12	100,0
7. Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores	III III	9	75,0
	b) 6 a 10 trabajadores	I	1	8,3
	c) 11 a más trabajadores	II	2	16,7
	TOTAL	12	12	100,0
8. Las personas que trabajan en su empresa son	a) Familiares	-	0	0,0
	b) Personas no familiares	III III II	12	100,0
	TOTAL	12	12	100,0
9. Objetivo de creación	a) Generar rentabilidad	III III	9	75,0
	b) Subsistencia	III	3	25,0
	TOTAL	12	12	100,0
10. Conoce el termino gestión de calidad	a) Si	III II	7	58,3
	b) No	III	5	41,7
	TOTAL	12	12	100,0
11. Qué técnicas modernas de gestión de calidad conoce	a) Benchmarking	II	2	16,7
	b) Empowerment	-	0	0,0
	c) Las 5 S	I	1	8,3
	d) Atención al cliente	II	2	16,7
	e) otros	III II	7	58,3
	TOTAL	12	12	100,0

12. Que dificultades tiene para implementación de gestión de calidad	a) Poca iniciativa	I	1	8,3
	b) Aprendizaje lento	-	0	0,0
	c) No se adapta a los cambios	III	3	25,0
	d) Desconocimiento del puesto	III I	6	50,0
	e) otros	II	2	16,7
	TOTAL	12	12	100,0
13. Qué técnicas para medir el rendimiento al personal conoce	a) La observación	III	5	41,7
	b) La evaluación	III	5	41,7
	c) Escala de puntuaciones	II	2	16,6
	d) Evaluación 360°	-	0	0,0
	e) Otros	-	0	0,0
	TOTAL	12	12	100,0
14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	a) Si	III III	9	75,0
	b) No	III	3	25,0
	TOTAL	12	12	100,0
15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas	a) Si	III III	8	66,7
	b) No	III	4	33,3
	TOTAL	12	12	100,0
16. Conoce el termino atención al cliente	a) Si	III III I	11	91,7
	b) No	I	1	8,3
	TOTAL	12	12	100,0
17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	a) Si	III III I	11	91,7
	b) No	I	1	8,3
	TOTAL	12	12	100,0
18. Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento	a) Si	III III I	11	91,7
	b) No	I	1	8,3
	TOTAL	12	12	100,0
19. La atención que brinda a los clientes es	a) Buena	III III	10	83,3
	b) Regular	II	2	16,7
	c) Mala	-	0	0,0
	TOTAL	12	12	100,0
20. Por qué considera que se está dando una mala atención al cliente	a) No tiene suficiente personal	III	4	33,3
	b) Por una mala organización de los trabajadores	III	5	41,7
	c) Si brindan una buena atención al cliente	III	3	25,0
	TOTAL	12	12	100,0
21. Qué técnicas modernas de atención al cliente	a) Buena calidad de producto o servicio	III	5	41,7
	b) Precio justo y razonable	III II	7	58,3
		-	0	0,0

aplica dentro de su microempresa	c) Amplia variedad de forma de pago	-	0	0,0
	d) Horarios de atención se adaptan al cliente			
	TOTAL	12	12	100,0
22. Cree Ud. que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los cliente	a) Si	III III I	11	91,7
	b) No	I	1	8,3
	TOTAL	12	12	100,0
23. Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado	a) Si	III III	10	83,3
	b) No	II	2	16,7
	TOTAL	12	12	100,0

Anexo 7

Tabla 1

Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios – rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018.

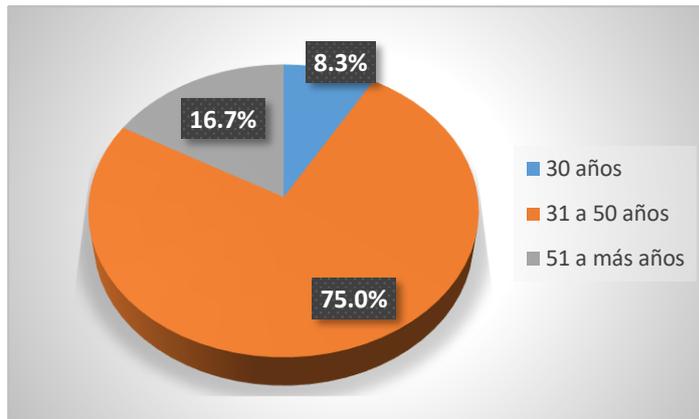


Figura 1: Edad del representante

Fuente: Tabla 1

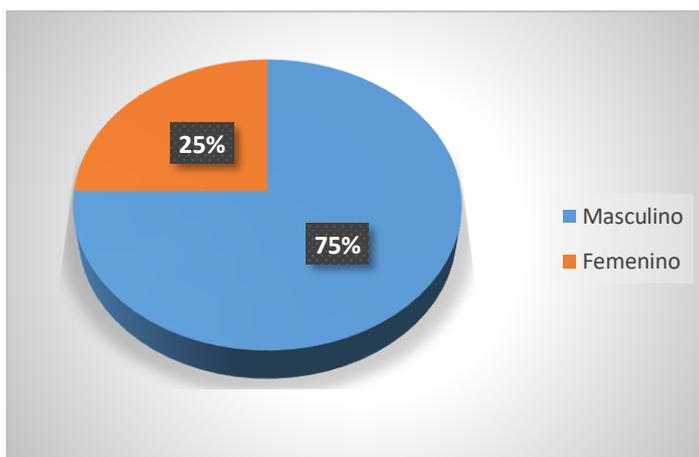


Figura 2: Género del representante

Fuente: Tabla 1

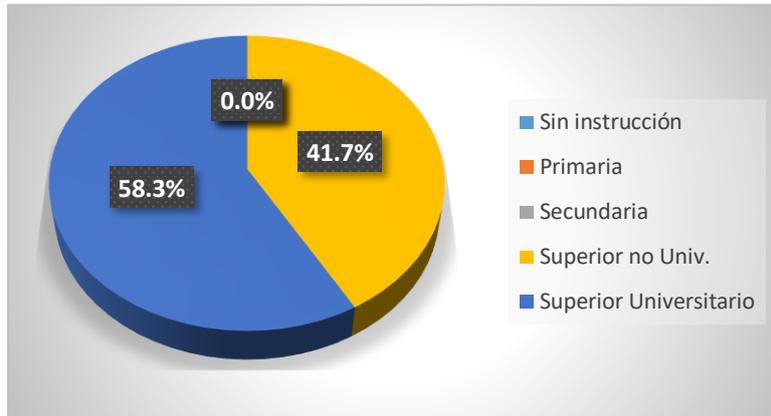


Figura 3: Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

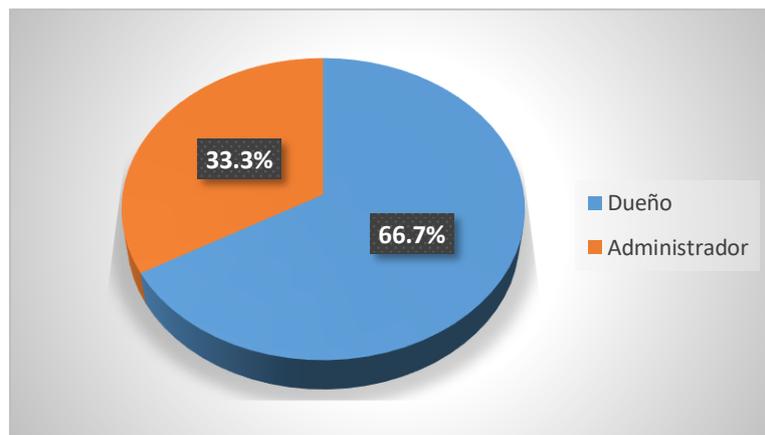


Figura 4: Cargo que desempeña en la empresa

Fuente: Tabla 1

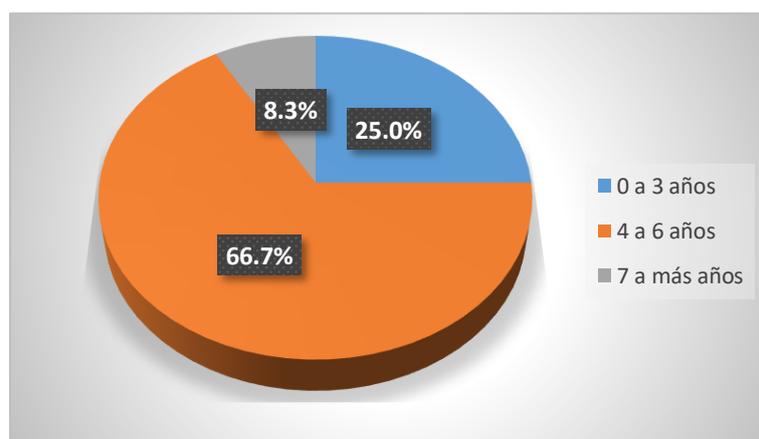


Figura 5: Tiempo que desempeña el cargo

Fuente: Tabla 1

Tabla 2

Características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chicbote, 2018.

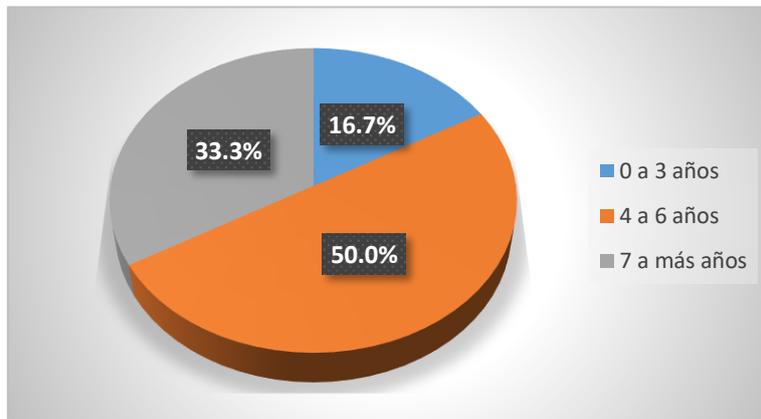


Figura 6: Tiempo de permanencia de la empresa

Fuente: Tabla 2

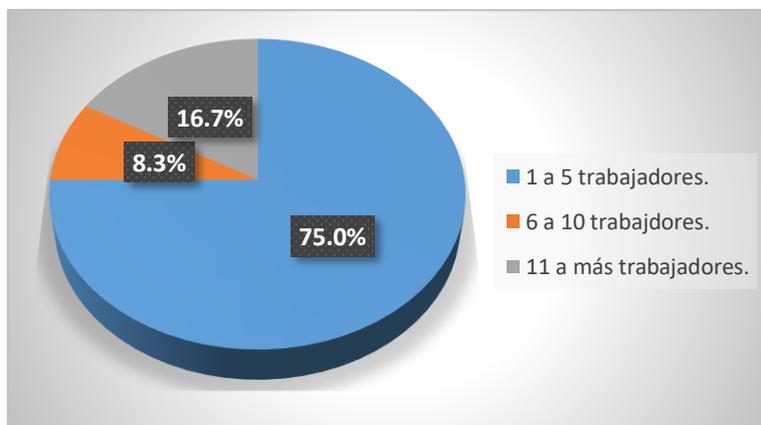


Figura 7: Número de trabajadores

Fuente: Tabla 2

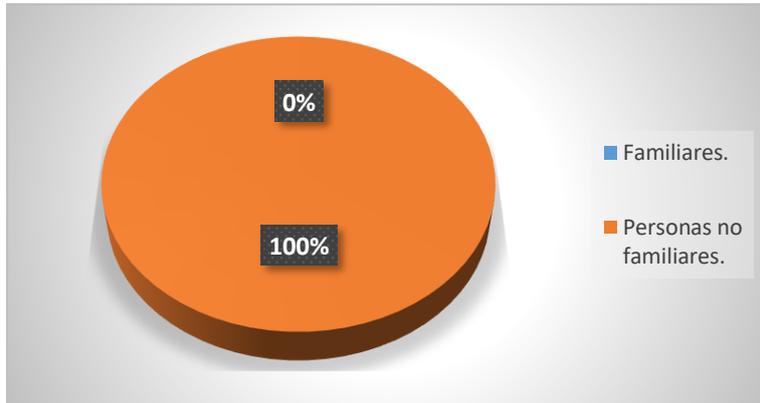


Figura 8: Personas que trabajan en la empresa

Fuente: Tabla 2

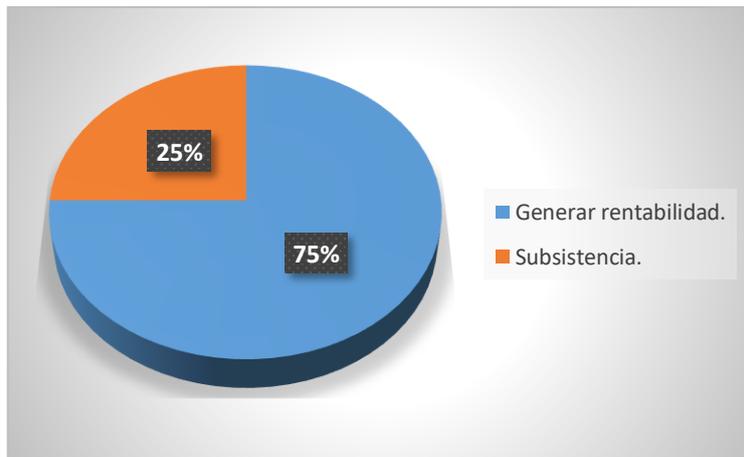


Figura 9: Objetivo de creación

Fuente: Tabla 2

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chiclayo, 2018.

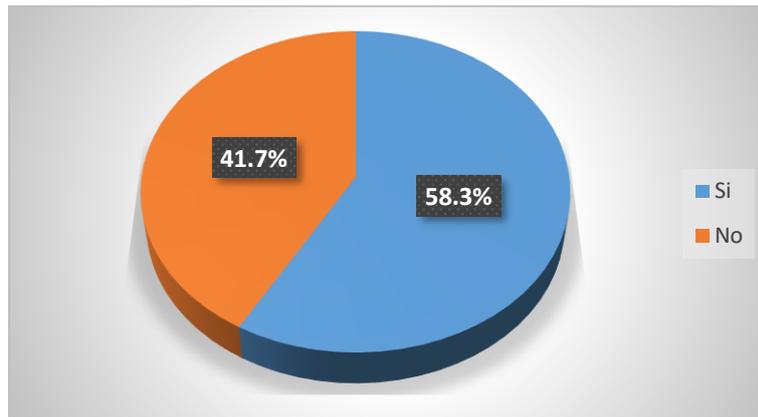


Figura 10: conocimiento del término gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

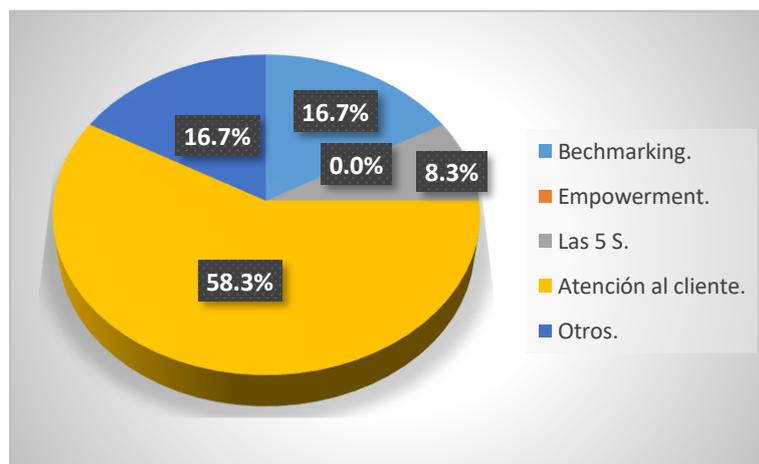


Figura 11: Técnicas modernas de gestión de calidad conoce

Fuente: Tabla 3

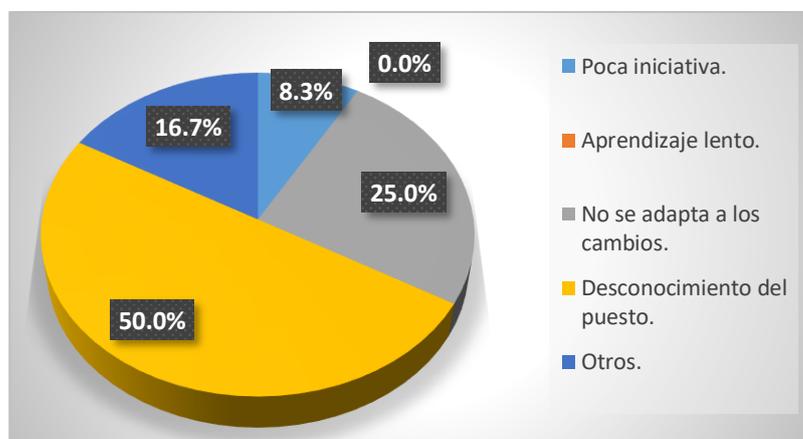


Figura 12: Dificultades para implementar la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

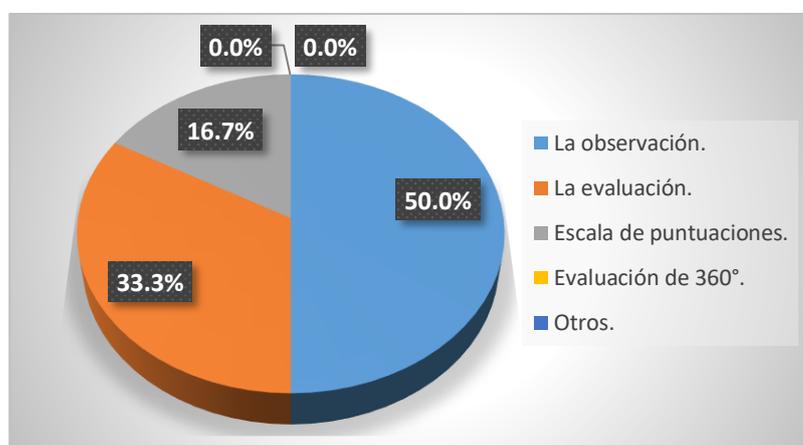


Figura 13: Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente: Tabla 3

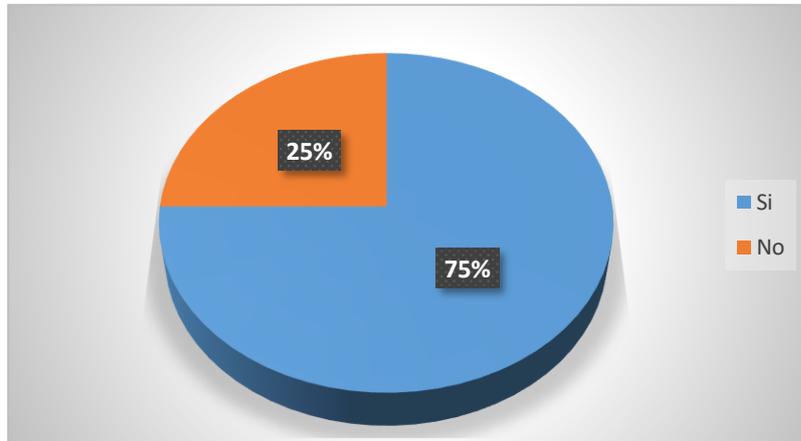


Figura 14: La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

Fuente: Tabla 3

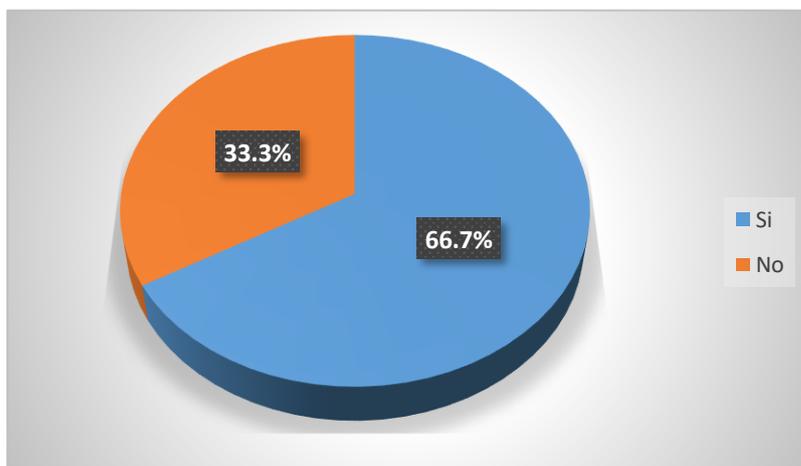


Figura 15: La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos

Fuente: Tabla 3

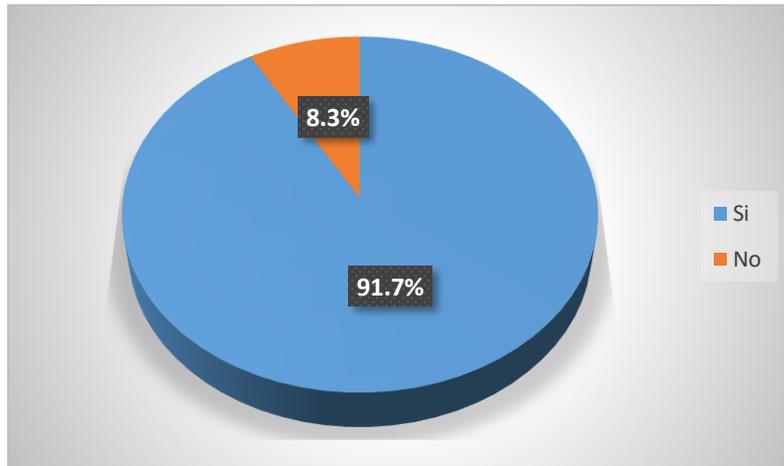


Figura 16: Conocimiento del término atención al cliente

Fuente: Tabla 3

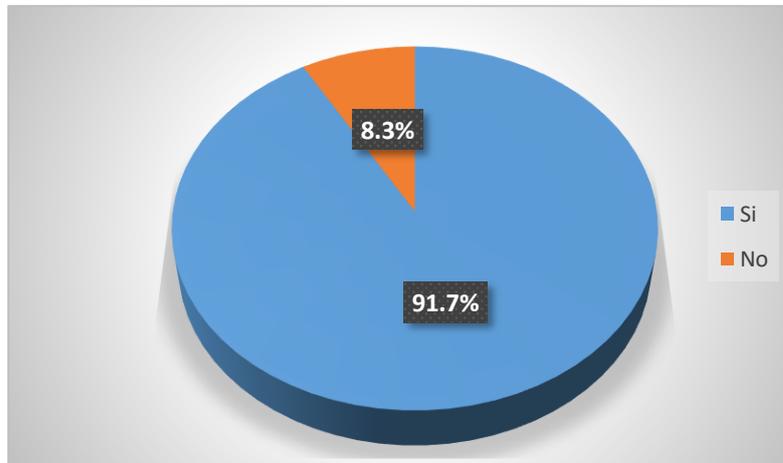


Figura 17: Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda

Fuente: Tabla 3

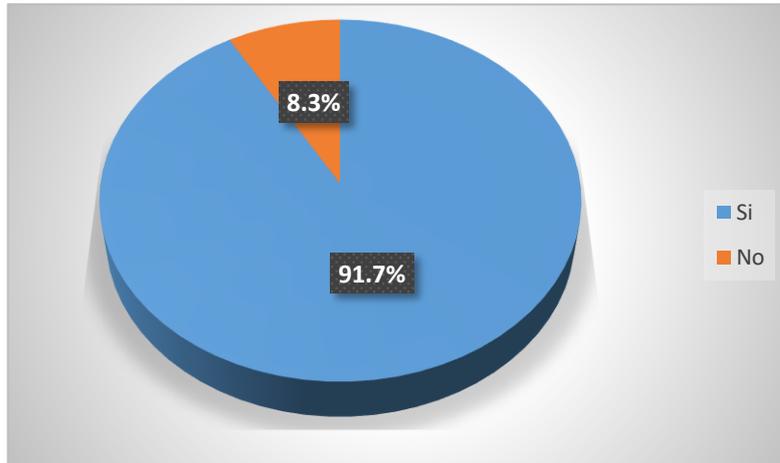


Figura 18: La atención al cliente es fundamental

Fuente: Tabla 3

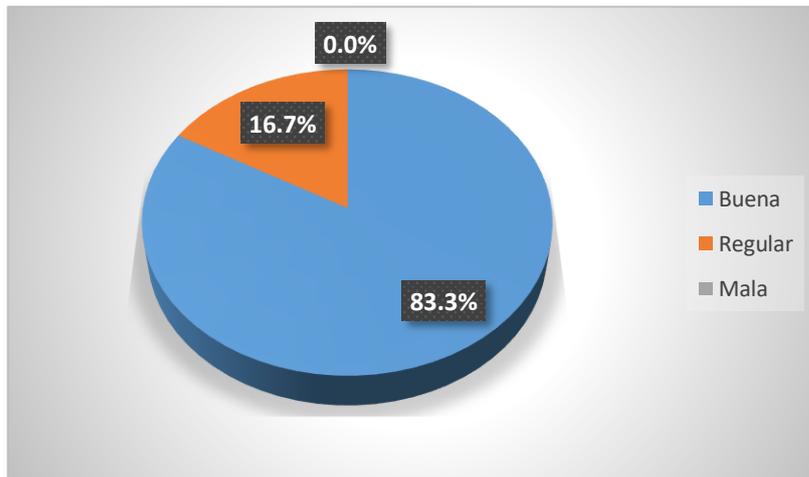


Figura 19: La atención que brinda a los clientes

Fuente: Tabla 3

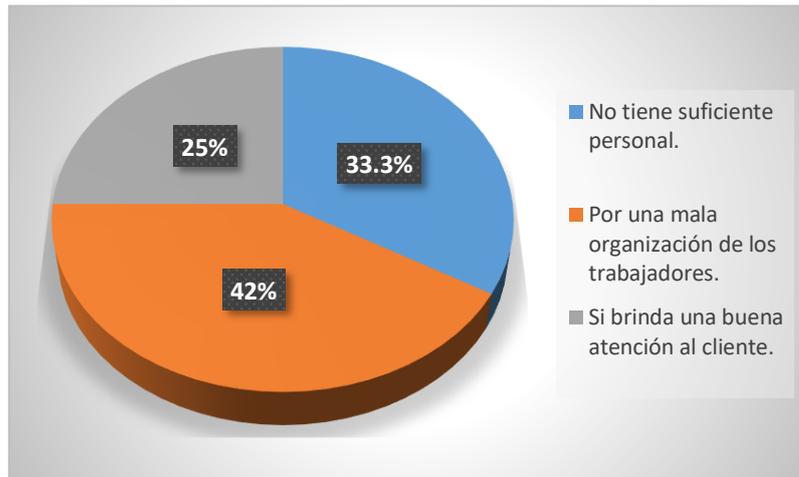


Figura 20: Considera que se está dando una mala atención al cliente

Fuente: Tabla 3

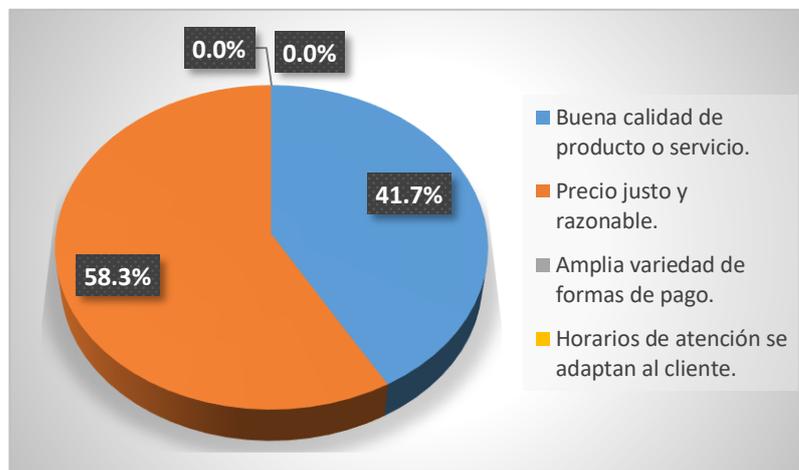


Figura 21: Técnicas modernas de atención al cliente aplica

Fuente: Tabla 3

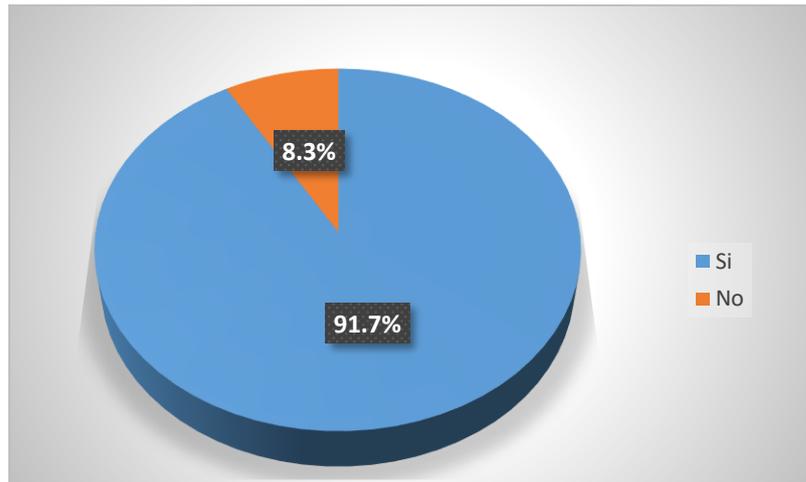


Figura 22: La empresa es eficiente cuándo atiende los reclamos
Fuente: Tabla 3

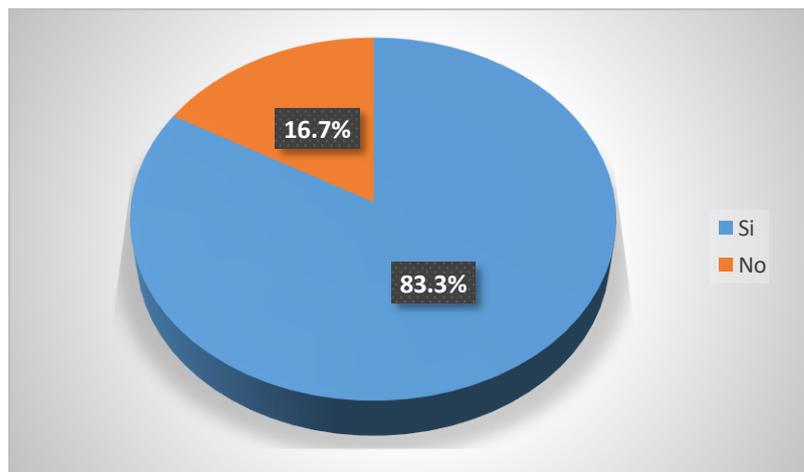


Figura 23: La atención al cliente permite el posicionamiento del mercado
Fuente: Tabla 3