



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVA,
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y
PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO RUBRO-ÓPTICAS
DEL JIRÓN BOLÍVAR CUADRA 3 Y 4 DE CERCADO DE
TRUJILLO, 2018.

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

AUTORA:

Bach. CAROLINA RIECKHOF FERREYRA

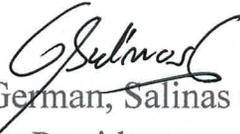
ASESOR:

Mgtr. CARLOS ENALDO REBAZA ALFARO

TRUJILLO-PERÚ

2019

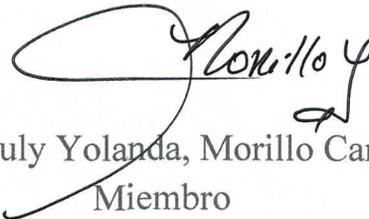
JURADO EVALUADOR



Dr. José German, Salinas Gamboa
Presidente



Mgtr. Carolina Esther, Castellares Jhonson
Miembro



Mgtr. Yuly Yolanda, Morillo Campos
Miembro

AGRADECIMIENTO

“**Gracias Dios**, por darme la vida no dejarme caer, Por iluminarme, darme fuerzas para continuar, por ayudarme a nunca perder la fe.”

A mis suegros, por su apoyo y consejos, gracias infinitas por toda su ayuda y buena voluntad.

A mi Asesor Mgtr: Carlos Enaldo Rebaza Alfaro, Quien me ha dirigido con sus recomendaciones para el desarrollo de este proyecto.

A mis padres: María y Pablo a quienes debo la fuerza y energía de vivir, por estar siempre para mi por inculcarme buenos valores que me han ayudado a seguir, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre. aunque ya no estén aquí, siempre estarán en mi corazón.

A todos mis compañeros de la universidad de la escuela de administración por su amistad, apoyo y su compañerismo, me ayudaron a seguir esta el final de mi carrera.

DEDICATORIA

A nuestro padre Dios por regalarnos tan magnífica herencia:

“Dios tiene reservada una herencia incalculable para sus hijos.

Está conservada para ti, pura e indestructible, incontaminada e inmarchitable”.

1 PEDRO 1:4

A mi esposo Manuel por ser mi fortaleza e inspiración, por acompañarme en todo momento por su amor, comprensión y su paciencia en esta etapa importante de mi vida.

A mis hijas Inés y Alicia por ser un motivo constante de superación.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ópticas del jirón Bolívar cuadra 3 y 4, cercado de Trujillo, 2018. El diseño de esta investigación fue experimental- descriptivo- transversal. El recojo de la información estuvo compuesta por 30 ópticas de la cual se tomó una muestra de 20 se aplicó una encuesta de 23 preguntas, se obtuvieron los siguientes resultados: El 55.00% están entre los 31 a 50 años, El 60.00 % son de género femenino, con el 40.00% el tiempo que desempeñan es de 7 años a más, el 45.00 % de la Mypes tienen un tiempo de permanencia de 7 años a más, Se encontró que un 66.66% de colaboradores son de 1 a 5 personas, Se encontró que no son familiares un 80.00%, Se encontró en el 95.00% que las Mypes se crearon con el único fin de generar ganancias, el 100.00% de la gestión de calidad contribuye al rendimiento, el 80.00% conoce el termino de atención al cliente, El 66.66% de las organizaciones aplica la gestión de calidad en sus servicios, el 45.00% tienen clientes satisfechos. Finalmente se concluye que la mayoría de las Mypes conocen de gestión de calidad y atención al cliente para su crecimiento y que dar una buen servicio y atención trae clientes satisfechos.

Palabras clave: Atención, calidad, Gestión, Mype.

ABSTRACT

The main objective of this research work was to determine the main characteristics of Quality Management in customer service and improvement plan for micro and small companies in the commercial sector - optical sector of Jirón Bolívar cuadra 3 y 4, cercado de Trujillo, 2018. The design of this research was experimental-descriptive-transversal. The collection of information was composed of 30 optics from which a sample of 20 was taken, a survey of 23 questions was applied, the following results were obtained: 55.00% are between the ages of 31 and 50, 60.00% are gender female, with 40.00% the time they perform is 7 years to more, 45.00% of the Mypes have a permanence time of 7 years to more, It was found that 66.66% of collaborators are from 1 to 5 people, It was found that 80.00% are not familiar. It was found in the 95.00% that the Mypes were created with the sole purpose of generating profits, 100.00% of the quality management contributes to the performance, 80.00% knows the term of attention to the client, 66.66% of organizations apply quality management in their services, 45.00% have satisfied customers. Finally, it is concluded that most Mypes know quality management and customer service for their growth and that giving a good service and attention brings satisfied clients.

Keywords: Attention, quality, Management, Mype.

CONTENIDO

Título de la tesis	i
Hoja de la firma del jurado y asesor	ii
hoja de agradecimiento y dedicatoria	iii
Resumen y.....	v
CONTENIDO	vii
Índice de tablas y figuras	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	7
Bases conceptuales	38
III. Hipótesis	40
IV. Metodología	41
4.1. Diseño de la Investigación.....	41
4.2. Población y muestra.....	41
4.3. Definición de la operacionalización de variables e indicadores	43
4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	46
4.5. Plan de análisis.....	46
4.6 Matriz de Consistencia.....	47
4.7. Principios Éticos	48
V. RESULTADOS	49
5.1. Resultados.....	49
5.2. Análisis de los resultados.....	54
Aspectos Complementario	63
CONCLUSIÓN.....	64
Referencias.....	67
Anexos	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-ópticas del jirón Bolívar cuadra 3 y 4 cercado de Trujillo 2019.....	49
Tabla 02. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ópticas del jirón Bolívar cuadra 3 y 4 cercado de Trujillo, 2019.	50
Tabla 03. Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-ópticas del jirón Bolívar cuadra 3 y 4 cercado de Trujillo, 2019	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad del encuestado de las micro y pequeñas empresas.....	81
Figura 2. Género del encuestado de las micro y pequeñas empresas	81
Figura 3. Rango de formación del encuestado de las micro y pequeñas empresas ...	82
Figura 4. Rango que desempeña los representantes de las micro y pequeñas empresas	82
Figura 5. Periodo de ejecución en el cargo los representantes de las micro y pequeñas empresas.....	83
Figura 6. Periodo de permanencia de la empresa en el sector	83
Figura 7. Cantidad de colaboradores	84
Figura 8. Los colaboradores que ocupan en su empresa son:.....	84
Figura 9. Objetivo de la creación de la micro y pequeña empresa	85
Figura 10. Conoce el termino Gestión de la Calidad.....	85
Figura 11. Que metodos modernos de la gestión de calidad conoce	86

Figura 12. Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la inserción de gestión de calidad.....	86
Figura 13. Qué métodos de medición de beneficios conoces	87
Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio..	87
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa	88
Figura 16. Conoce el término atención al consumidor	88
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus consumidores	89
Figura 18. Piensa que la atención al consumidor es importante para que éste vuelva a la organización.....	89
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.....	90
Figura 20. Principales factores para la calidad del servicio que brinda.....	90
Figura 21. La atención que brinda a los clientes.....	91
Figura 22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al consumidor	91
Figura 23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al consumidor.	91

I. INTRODUCCIÓN

En esta presente tesis, realizamos un trabajo de investigación, sobre la gestión de calidad en atención al cliente - rubro ópticas, en el jirón Bolívar cuadra 3 y 4, cercado de Trujillo; creadas por emprendedores y/ o herencias familiares. En los últimos años, el Estado peruano ha desarrollado marcos normativos para que los emprendedores puedan formalizarse y crecer como Mypes.

En Bolivia la concentración muestra a Santa Cruz, Cochabamba, El Alto y La Paz “eje central” con 81,1%, respecto a la departamental con 81,2%. Por su parte, por antigüedad, muestra que las Mypes tienen menores a 3 años de vida, pasado los 3 años de antigüedad empieza a decaer no llegando a prosperar más allá de los 3 años de iniciada una Mypes.

Se estima que las Mypes aportan al PIB en 16,3% en promedio. Posteriormente, en 2007 se estima que las Mypes aportan al PIB con un 25,0%, asimismo, en 2012 se tiene un 25,9% de aporte al PIB. De acuerdo con sectores, el orden de aporte es servicios, comercio e industria (**Bazán, 2016**)

En México y en el mundo hay una creciente percepción en el caso de las microempresas y su desarrollo exitoso en el tiempo, en donde los elementos importantes para el desarrollo están siendo incluidos como capacitaciones a este tipo de negocios con el tema de la educación financiera. Es decir, instruir e informar a los microempresarios con temas de estrategias para el ahorro, inversión y planeación, con el objetivo de introducir a los dueños de Mi Pymes a términos que apoyarán su desarrollo y crecimiento personal y empresarial. Es por ello la presente investigación muestra la situación actual de las Mi Pymes en un contexto global y, al mismo tiempo,

atendiendo los casos particulares de México. Esto, con la intención de mostrar el contexto en el cual se está promoviendo la educación financiera y el impacto que tiene en la vida de las microempresas (**Saucedo, 2015**).

Según **Revista Lebre** (2013). En Colombia el 40% que genera las compras de bienes básico del día a días se hacen en los grandes supermercados, a pesar de que poseen certificaciones de calidad, seguido los clientes siguen presentando quejas por una mala atención al cliente y de servicio. Se ha determinado un proyecto de investigación para precisar la percepción que tienen sus clientes a la calidad del servicio que se ha recibido, con resultados que para los clientes tienen aspectos tales como accesibilidad al estacionamiento, amabilidad y empatía del personal de atención, calidad en los productos y servicios ofrecidos, precios asequibles, abasto, ubicación del supermercado y facilidades de pago. Con base en la percepción de los clientes y como aporte al desarrollo del tema, se propone un Modelo de gestión de la calidad del servicio al cliente para estos grandes almacenes.

En el Perú la norma ISO es una de las reguladoras para una buena gestión de calidad. Según la norma ISO 9001:2015, cuando se da un enfoque al proceso, se refiere a la identificación y gestión de las actividades. Desde este punto de vista se puede decir que permite a la organización tener una mejor idea de cada actividad, asimismo, conocer sus entradas y salidas, por esta razón le permitirá a la organización controlar las relaciones de interdependencias entre los procesos del sistema para una buena mejora en la ejecución global de la organización. (**Meléndez, 2017**).

Las Mypes en el Perú son el componente con mucha importancia y el motor de nuestra economía. A nivel nacional, son los que generan empleos al 80% de la

población y crean cerca del 40% del producto bruto interno (PBI). Es indiscutible que engloban muchos aspectos importantes de la economía de nuestro país, siendo así las más importante las generadoras de empleos, se visto muchas veces no los generan en condiciones adecuadas de las realizaciones personales, así contribuye en disminuir el alto índice de desempleo que viene sufriendo nuestro país, así contribuye a disminuir el alto índice de desempleo que viene sufriendo nuestro país (**Sánchez, 2012**).

En la ciudad de Chimbote hay una gran demanda insatisfecha de atención al cliente, por ese motivo el Consorcio Servimport S.A.C. se ha visto en la obligación de retener a sus clientes, preparándose para ganar un posicionamiento en el mercado y de esa manera tener clientes fieles cubriendo dichas expectativas. Con respecto a la calidad del servicio, en Consorcio Servimport S.A.C., da a conocer la atención que se brinda a sus clientes al comercializar los productos, según esta investigación es lamentable que no se cuente con la información precisa que nos dé a conocer cómo es la calidad de atención en sí, dado que no se ha obtenido información adecuada, no se puede brindar una atención de calidad sin conocer el servicio (**Infantes, 2017**)

En Trujillo balneario Huanchaco, sitio turístico donde la principal fuente de crecimiento económico es el turismo, acuden turistas internos y externos donde se han encontrado insatisfacciones sobre el servicio de las Mypes en la atención al cliente cuando buscan un lugar donde alojarse, esto influye de manera negativa en la lealtad del cliente (**Vicuña, 2015**)

En Trujillo – Banco Ripley S.A agencia Mall Plaza, la calidad de atención al cliente es un requisito para que las Mypes puedan competir y se está volviendo a corto y largo plazo en acciones positivas para poder enfrentarse a las competencias estas deben

satisfacer todas las expectativas de sus usuarios, todo ello se ha dado a conocer como calidad del servicio. En estos tiempos donde todo es más globalizado las economías inestables y donde el cliente es más exigente y tiene la razón es donde las Mypes se diferencian con la buena calidad de atención en el servicio al cliente. **(García, 2011)**

Las Mypes son parte de los impulsores del crecimiento económico en el Perú, constituyendo una gran fuente generadora de empleo; en la actualidad la gestión de calidad y la atención al cliente es muy importante para el crecimiento y desarrollo de las Mypes, ya que van de la mano; permite marcar la diferencia con la competencia en atención, calidad y servicio. Las Mypes representan un 96.5% de empresas que existen en el Perú generando 8 millones de empleos a nivel nacional. Según el portal Gestión, el Perú reúne las condiciones para brindar una atención estupenda al cliente; los peruanos tenemos corazón de servicio y somos muy creativos, las Mypes están mejorando su política de calidad, todo esto se podría multiplicar con un buen liderazgo y guía constante, para tener gestiones exitosas; es un proceso que tomara tiempo, pero es posible. Una de las estrategias para promover la buena atención al cliente es difundir los casos buenos y exitosos, siempre rescatando las experiencias positivas. Por lo que se plantea en el siguiente enunciado: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro- Ópticas del jirón bolívar cuadra 3 y 4 de cercado de Trujillo, 2018?

Para dar respuesta al problema se ha planteado el siguiente objetivo general:
Determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente y plan de

mejora en las micro y pequeñas empresas sector comercio-rubro Ópticas en el jirón Bolívar cuadra 3 y 4, cercado de Trujillo 2018.

Para poder obtener el objetivo general, se ha planteado los siguientes objetivos específicos:

- 1) Determinar las importantes características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio-rubro Ópticas en el jirón Bolívar cuadra 3 y 4, cercado de Trujillo 2018.
- 2) Determinar las importantes características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro Ópticas en el jirón Bolívar cuadra 3 y 4, cercado de Trujillo 2018.
- 3) Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio-rubro Ópticas en el jirón Bolívar cuadra 3 y 4, cercado de Trujillo 2018.
- 4) Elaborar un plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro Ópticas en el jirón Bolívar cuadra 3 y 4, cercado de Trujillo 2018.

La presente investigación se justifica porque nos permite conocer las características de los representantes de las MYPES y así mismo nos permite conocer las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio-rubro ópticas en el jirón Bolívar cuadra 3 y 4, cercado de Trujillo 2018.

También nos permite elaborar un plan de mejora para realizar la gestión de calidad. Se aplicó una encuesta de 23 preguntas, se obtuvieron los siguientes resultados: El 55.00% están entre los 31 a 50 años, El 60.00 % son de género femenino, con

el 40.00% el tiempo que desempeñan es de 7 años a más, el 45.00 % de las Mypes tienen un tiempo de permanencia de 7 años a más, Se encontró que un 66.66% de colaboradores son de 1 a 5 personas, Se encontró que no son familiares un 80.00%, Se encontró en el 95.00% que las Mypes se crearon con el único fin de generar ganancias, el 100.00% de la gestión de calidad contribuye al rendimiento, el 80.00% conoce el término de atención al cliente, El 66.66% de las organizaciones aplica la gestión de calidad en sus servicios, el 45.00% tienen clientes satisfechos.

Se justifica porque se enfoca en describir las características del crecimiento económico de las Empresas para posteriormente poder plantear estrategias y procesos que mejoren la demanda interna y a la reflexión de los emprendedores de una buena gestión de calidad en sus servicios ofrecidos también en la imagen que brinda a los clientes.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Chang (2014) en su investigación Atención al Cliente en los Servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos que tiene como problema ¿Cómo es la atención al cliente, en los servicios de la municipalidad de Malacatán, San Marcos?

Objetivo General: Identificar cómo es la atención al cliente, en los servicios, de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos. Objetivos específicos: a) Evaluar la satisfacción del usuario de los servicios públicos brindados, en las oficinas de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos. b) Describir la imagen que tienen los usuarios de los servicios de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos. c) Establecer si se sigue algún plan de atención al cliente, en la Municipalidad de Malacatán, San Marcos. e) Determinar si existe algún programa de capacitación para la atención al cliente en la Municipalidad de Malacatán, San Marcos. f) Verificar si se realizan evaluaciones de la atención al cliente de la Municipalidad de Malacatán San Marcos.

Metodología Sujetos y/o unidad de análisis: En el desarrollo de la investigación se encuestó a un total de 170 usuarios de los servicios municipales, que demandaron los servicios en la municipalidad de Malacatán, San Marcos, en el mes de abril del 2013. También se procedió a la observación directa, en la que se tomaron en cuenta como sujetos a los colaboradores que brindan atención al cliente en los diferentes servicios de la municipalidad. Como sujetos también se tomó en cuenta la opinión del alcalde y jefe de recursos humanos de la municipalidad a través de una entrevista. Población y muestra: Para obtener el tamaño de la muestra, se aplicó la siguiente fórmula para poblaciones finitas. La población total de 56,114 personas se obtuvo de consultar al Instituto Nacional de Estadística y se tomó como referencia el Censo poblacional

efectuado en el año 2010; representado la población comprendida entre las edades de 15 a 64 años o más. Instrumento utilizado, fue una encuesta, con una batería de preguntas cerradas, dirigida a los 170 usuarios en las oficinas de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, con el objeto de recabar información sobre la forma en que son atendidos en la Municipalidad referida. También se utilizó una entrevista al alcalde y al jefe de recursos humanos, para obtener información sobre su grado de conocimiento, capacitaciones y la existencia de un programa y manuales de atención al cliente en la Municipalidad, que les sirvan de guía para la atención al usuario. De igual forma, se utilizó una boleta de observación, para analizar aspectos físicos, y de la atención al cliente que brindan los colaboradores. Procedimientos: Elección del tema: El tema se seleccionó dentro de otros, pero se consideró este debido a su importancia en la problemática que enfrentan día a día las instituciones públicas y la prestación de sus servicios. Investigación técnica: La presente investigación es de tipo descriptivo. Elaboración de los instrumentos: Se elaboraron partir de indicadores, para identificar los aspectos importantes en la Atención al cliente. Administración del instrumento: Se administró a un determinado número de usuarios que visitaron la institución. La actividad se realizó en el área de Atención al cliente, en las oficinas de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos. Tabulación y análisis de resultados: En la tabulación de los resultados, se clasifíco, agrupo, organizo y analizo, las diferentes respuestas, de acuerdo con el número de boletas suministradas, conforme la muestra. Los datos fueron calculados y se representan en gráficas estadísticas, con su debida interpretación, básica para su discusión. Resultados: El análisis e interpretación de resultados se hará en base a los resultados de la encuesta dirigida a 170 usuarios; la entrevista dirigida al alcalde y al jefe de recursos humanos de la Municipalidad de

Malacatán, San Marcos, y la observación realizada para corroborar aspectos físicos y de la atención al cliente.

5.1. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta a los usuarios:

Las preguntas 1 a la 4, tratan sobre aspectos generales de los usuarios entrevistados; de tal forma que las características importantes sobre estas generalidades son las siguientes: Respecto a la edad, la clase de edades de mayor representación fue el grupo de entre 31 a 40 años, con un 34%, seguido de la clase de edades entre los 21 a 30 años de edad con el 26% y un 25% para la clase comprendida entre los 41 a 50 años. Las clases menos representativas fueron los de 51 a 60, con un 14% y la clase de 61 o más años con un 1% del total de la distribución. Este dato es importante si se considera que cada uno de estos grupos según la clase de edad a la que corresponda, demandan aspectos diferentes al momento de ser atendidos; por ejemplo: La existencia de una política de atención a las personas de la tercera edad, como prioridad en comparación con las personas de menos edad, ya que, para este grupo de personas de mayor edad, necesitan por sus condiciones físicas ser atendidos de distinta manera.

Conclusiones:

En la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, la atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores; carece de adecuada ambientación e infraestructura que de un fortalecimiento en la calidad de servicios que prestan, se encontró insatisfacciones en la atención brindada, por el constante cambio del personal en orientación cortés. El usuario espera un trato amable con información precisa y rapidez en la atención y además esperan encontrar un ambiente cómodo limpio y con los servicios básicos disponibles, por lo tanto, el cliente califico de regular el servicio y atención en dicha Municipalidad.

Botia & Rivera (2008) en su investigación “Propuesta de Mejoramiento Para El Servicio Al Cliente Del Grupo Unipharm Bogotá” Que tiene como planteamiento del problema: ¿Cuáles son las características de una propuesta para mejorar la calidad en la atención y el servicio al cliente de la empresa Grupo Unipharm Bogotá, con base en la identificación de las debilidades en cuanto a la calidad, y los niveles de satisfacción? Objetivo General: Diseñar una propuesta de mejoramiento de la calidad del servicio al cliente para el grupo Unipharm Bogotá con base en una evaluación previa de la situación actual del servicio. Objetivos Específicos: Establecer un diagnóstico para el Grupo Unipharm Bogotá, en lo pertinente a su desempeño con respecto al servicio al cliente, con el fin de conocer su situación actual en este tema. Establecer la percepción actual de los clientes del Grupo Unipharm Bogotá sobre la atención que reciben, mediante el diseño y aplicación de un instrumento de medición tipo encuesta. Analizar los resultados de la aplicación del instrumento y emitir un diagnóstico para establecer los principales problemas y causas objeto de mejoramiento. Diseñar una propuesta de mejoramiento del servicio con base en el diagnóstico. Metodología Tipo De Estudio: Descriptiva: Para Carlos Eduardo Méndez, este tipo de investigación se encuentra en el segundo nivel de conocimiento e “identifica las características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes el universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.”⁸ De acuerdo con los objetivos planteados, el investigador señala el tipo de investigación que se propone realizar. Es exploratoria porque “permite al investigador familiarizarse con el fenómeno que investiga”. En este caso conocer la percepción de los clientes del Grupo Unipharm. Los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección

de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN El método que se manejará en esta investigación es el inductivo; ya que conlleva “un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencias premisas verdaderas”. El método Inductivo, tiene como objeto llegar a conclusiones que estén en relación con sus premisas como el todo lo está con las partes. A partir de verdades particulares, se concluyen verdades generales. Para el presente Proyecto de Trabajo de Grado, se partirá de un diagnóstico inicial que permita determinar la situación actual, información que sin duda será útil en el desarrollo de la propuesta de mejoramiento para el Servicio al Cliente del Grupo Unipharm, posteriormente aplicaremos una encuesta a la población, una vez cumplida esta etapa se procederá con la tabulación análisis e interpretación de la información recolectada, para ello se aplicarán algunas matrices como (PEYEA, POAM, PCI y DOFA); para identificar de este modo las oportunidades, amenazas, fortalezas, debilidades; características del entorno interno y externo de la empresa y su sector. Resultados: La empresa actualmente maneja una base de datos de 176 clientes fijos a nivel Bogotá. Esta base de datos se organiza por volumen de compras, de esta manera, se inicia el contacto telefónico con los clientes, empezando desde los más compradores de la empresa. Se logra encuestar a un grupo de 73 clientes, dado que muchos de ellos no fueron receptivos a responder las preguntas, otros no se encontraban los encargados en la ciudad, o no pasaban al teléfono. Así, para el desarrollo de la auditoria se realiza un total de setenta y tres (73) (42% de la población total) encuestas estructuradas con preguntas cerradas y opciones de respuesta de selección múltiple en la ciudad de Bogotá, tomada de la base de datos de clientes de la empresa. Esto implicó hacer contacto directo por vía telefónica con las personas que realizan pedidos y/o adquieren

la mercancía de la empresa. Conclusiones: la empresa en el estado de Colombia cuenta actualmente con un grupo de clientes en el mercado, pero no ha realizado ninguna evaluación del servicio que brinda, ni cuentan con políticas de buena atención al cliente para su fidelidad, recomendación y preferencia del cliente, todo servicio y atención al cliente es de gran importancia para la empresa por lo que sus productos que se ofrecen en la industria farmacéutica, hay un gran mercado y una competencia fuerte por ello se tiene que diseñar un plan de auditoría con la finalidad de evaluar como los clientes perciben en cuanto atención, calidad, empatía y presentación e imagen de la empresa y la actitud de los empleados.

Altamirano (2014). en su investigación: La Calidad del Servicio Hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la ciudad de Baños de Agua Santa. tuvo como planteamiento del problema: ¿Cómo mejorar la satisfacción del cliente del sector Hotelero de Baños? Objetivo General. Implementar un Modelo de Gestión para la calidad de los Servicios Hoteleros en la ciudad de Baños, para la mejorar la satisfacción al cliente. Objetivos Específicos. Realizar el marco investigativo respecto al modelo de Gestión de la calidad de los servicios al cliente de la ciudad de Baños. Realizar el diagnóstico situacional respecto a la calidad del Servicio Hotelero en la ciudad de Baños. Metodología Esta investigación pertenece al paradigma cualitativo y cuantitativo ya que se tiene una perspectiva desde dentro de la empresa y sus falencias que perjudican en el problema, posee un fundamento decididamente humanista para entender la realidad social de la posición idealista ya que se toma en cuenta las necesidades del cliente y además es dinámico ya que se desenvuelve en un mercado competitivo. Se estudia características cualitativas significativas de la investigación que influyan. Esta investigación se basa en el paradigma cualitativo se enfoca en este

tipo de investigación ya que “los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.” (CALERO, 2000) técnicas. Dentro de las técnicas que se utilizarán para realizar la presente investigación están las siguientes:

Tecnológicos: se emplearán para elaborar la redacción del presente documento en su totalidad y además contribuirán a realizar el trabajo con mayor rapidez, sin que afecte de alguna manera la objetividad de los conceptos enunciados; ya que se utilizaron recursos como programas estadísticos y actualización de información. Instrumentos. Los instrumentos que se han utilizado son el cuestionario y la entrevista. El cuestionario: se elaborará una serie de preguntas enfocadas tanto a los clientes externos de los Hoteles de la ciudad de Baños de Agua Santa, que está estructurado con preguntas específicas que ayuden a obtener información detallada del problema, además que estarán relacionadas con el tema de investigación. nivel de investigación. Existen diferentes formas y métodos para hacer la investigación, como son: Exploratoria, descriptiva, correlacional. Investigación Descriptiva La investigación descriptiva, trabaja sobre realidades de hecho y su característica la de presentar una interpretación correcta. Esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: Encuestas, Casos, Exploratorios, Causales, De Desarrollo, Predictivos, De Conjuntos, De Correlación. Para el problema del sector hotelero de la ciudad de Baños, se ha utilizado como técnica la encuesta semiestructurada, personal para clientes internos a través de un instrumento como es el cuestionario de preguntas de carácter nominal politómica, las mismas que fueron entregadas en forma personal; para luego registrarles una a una en el programa Excel y obtener los resultados para su análisis e interpretación, que servirá para ampliar el conocimiento y obtener datos reales del problema. Análisis de

resultados: El análisis de resultados se distingue de la extracción de datos por su alcance, su propósito y su enfoque sobre el análisis. Los extractores de datos clasifican inmensos conjuntos de datos usando software sofisticado para identificar patrones no descubiertos y establecer relaciones escondidas. El análisis de datos se centra en la inferencia, el proceso de derivar una conclusión en lo que conoce el investigador. (ROUSE, Margaret, 2009). En el presente trabajo de investigación se utilizó como técnica la encuesta y su instrumento el cuestionario, al cliente interno y externo de Miami Sport, el cuestionario consta de 10 preguntas de carácter nominal politómica, 400 personas que son parte de los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa considerado clientes externos; y se ha procedido a la tabulación de los resultados, utilizando el programa SPSS, Word y Excel y con ello se ha obtenido la siguiente información cuantitativa. Interpretación de datos: Esta consiste en la aplicación de procedimientos estadísticos para analizar datos específicos de un estudio o cuerpo de investigación. Los elementos de interpretación de datos son parte de muchas pruebas estandarizadas. Del 100% total de los encuestados el 5,3% manifiesta que el servicio al cliente que ha recibido es regular, el 14,5% que es muy bueno, el 17,8% que es excelente, el 18,3% que es malo, y el 44,3% que es bueno. Por lo cual se considera que esta información es de mucha utilidad ya que se demuestra como los clientes se sienten referente al servicio que brindan estas instituciones y que por su parte no es una calificación buena en su mayoría. Del total del 100% de los encuestados, el 31% manifiesta que no han recibido asesoría cuando lo han necesitado y el 69% que si han recibido. Con esto se puede demostrar que en si los turistas o clientes no han tenido una correcta ayuda y atención a los hoteles que han ido y que generalmente al ser turistas la mayoría se debe que todos los hoteles proporcionen asesoría. Del total del

100% de los encuestados, el 13,7% indica que al personal le falta eficacia en sus actitudes, el 14% que le falta amabilidad, el 22% que le falta respeto, y el 50,3% que necesita mayor comunicación. Conclusiones: los hoteles de la ciudad de Baños de agua Santa necesitan un análisis exhaustivo para que los que dirigen los hoteles deben poner atención a sus clientes con la finalidad de que ellos se sientan felices y cómodos en su estancia y de esta manera ganarse al cliente y tener su fidelización, también se concluyó que los turistas de esta ciudad indicaron que los servicios y asesorías que recibieron no fue de todo bueno, también los turistas manifestaron que hay lugares donde si cumplieron sus expectativas y por ende deberían estandarizar en todos los hoteles, se concluyó que el personal debe tener una actitud de cambio los cuales haría la diferencia con un servicio de calidad y excelencia, tanto en la atención como a la hora de brindar el servicio esto puede mejorar la eficiencia en sus actividades y en solucionar problemas que puedan presentar los turistas.

Antunez (2017) en su investigación: Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio Rubro Restaurantes, en la Ciudad de Huarney, 2016. que tuvo como planteamiento del problema: ¿Cuáles son 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? Objetivo general, se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro

y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Metodología. Diseño de la investigación. Para la elaboración del presente trabajo se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo. Fue no experimental, porque la investigación se realizó sin manipular la variable gestión de calidad en atención al cliente, se observó el fenómeno tal como se funciona dentro de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes de la ciudad de Huarmey, sin modificación alguna. Transversal, porque el estudio se realizó en un determinado tiempo, donde se tuvo un inicio y un fin específicamente el año 2016. Descriptivo, porque solo se describió las características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas, y de la variable Gestión de calidad en atención al cliente. Población y muestra. Para determinar la población del presente estudio de investigación se realizó un sondeo obteniendo una población de 26 micro y pequeñas empresas perteneciente al sector servicio - rubro restaurantes. Y se determinó una muestra dirigida de 22 micro y pequeñas empresas las que aceptaron participar en la investigación. Resultados: Tabla N° 01 Edad del representante El 72,7% tienen una edad entre 31-50 años, esto coincide con los resultados encontrados por Julián (2015), donde el 57% tienen una edad que fluctúa entre los 30-50 años. En estos resultados se aprecia que actualmente las micro y pequeñas empresas son dirigidas por personas adultas ya que siguen manteniendo su negocio por ser personas con experiencia. Sexo del representante El 63,6% son de género masculino, estos resultados contrastan con Julián (2015), quien señala que el 57% son de sexo femenino, pero a la vez coinciden con Luna (2016), donde el 60,9% son de sexo masculino. En estos resultados se aprecia que actualmente la mayoría de las Mype están dirigidas por este género, es decir en éstos últimos años el género masculino está incursionando mucho en el campo gastronómico, algo que no veía

antes. Grado de Instrucción del representante El 45,5% tienen un grado de instrucción superior, este resultado contrasta con Beltrán (2014), quien en su estudio señala que el 37,5% tienen un grado de instrucción secundaria, pero a su vez coincide con los resultados de Luna (2016), donde el 30,4% tienen una instrucción superior. En estos resultados se aprecia que actualmente los representantes consideran importante la preparación académica para poder dirigir su negocio. Tabla N° 03 Gestión de calidad El 59,1% si están aplicando una gestión de calidad, y el 40,9% señalan lo contrario, esto coincide con Luna (2016), quien en su estudio el 60,9% señalan que si aplican una gestión de calidad en su negocio. Estos resultados indican que la mayoría de los empresarios están aplicando los conocimientos básicos de una gestión empresarial, pero la otra parte que dice no estar aplicando una gestión de calidad demuestra que falta aún mucha orientación y conocimiento de los beneficios que brinda aplicar una gestión de calidad. Uso de técnicas de gestión El 40,9% manifiestan usar la mejora continua como técnica de gestión en su negocio, estos resultados coinciden con Beltrán (2014), donde el 56,3% usan la misma técnica, y también con Luna (2016), quien en su estudio señala que el 56,5% estarían usando la mejora continua como técnica de gestión. En estos resultados se aprecia que la mayoría de los microempresarios han implementado la técnica de la mejora continua y lo siguen haciendo hasta la actualidad, porque son conscientes que mejorar los procesos dentro de su negocio es productivo, ir corrigiendo los errores con una correcta retroalimentación; pero existen más técnicas muy buenas también que según los resultados no conocen ni lo ponen en práctica. Conclusiones: respecto a las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes son adultos que

tienen una edad entre 31 a 50 años, son de género masculino, con un grado de instrucción superior.

Hinostraza (2018) en su investigación: Gestión Bajo el Enfoque de Atención al Cliente, en Las Mypes del Sector Servicios, Consultorios Veterinarios, Distrito De Callería, Año 2018, tuvo como planteamiento del problema ¿La falta de técnicas de servicio en la gestión empresarial afecta el cumplimiento de las expectativas en la atención del cliente de las Mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Callería, año 2018? Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Conocer las herramientas y técnicas de gestión de calidad y su impacto en la atención al cliente, en las Mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, Distrito de Callería, año 2018. Objetivos Específicos: investigar que prácticas de gestión llevadas con eficiencia cubren la satisfacción y expectativas del cliente de las Mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Callería. Determinar que técnicas y herramientas en gestión de calidad son de conocimiento en las Mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Callería. Motivar a los empleados para que sean capaces de producir servicios de calidad de las Mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Callería. Metodología. Diseño de Investigación. El diseño de esta investigación fue no experimental - transversal- descriptivo. Es decir, la recolección de datos se efectuó en un solo momento, en un tiempo único. M O Dónde: M = Muestra conformada por las microempresas a encuestar. O = Observación de las variables: Gestión bajo enfoque de atención al cliente. No experimental: La investigación es no experimental. Porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto. Descriptivo: La investigación tuvo

carácter descriptivo. Población y Muestra. Población. La población está constituida por las micros y pequeñas empresas dedicadas al sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Callería Análisis de Resultados. Relacionaremos los resultados obtenidos en la investigación, con los objetivos, Hipótesis y revisión de literatura citada en la presente tesis. A: Datos del Propietario ¿Cuál es la edad del microempresario? Un 53.9% de los microempresarios del sector servicios, consultorios veterinarios, sus edades fluctúan entre 29 a 39 años, considerándoles jóvenes adultos. ¿Cuál es el Sexo del microempresario? El 69.2% de las Mypes del sector servicios, clínicas veterinarias, son dirigidas por varones, generalmente son los hombres quienes dedican más tiempo a la gestión empresarial. El 69.2% de las Mypes del sector servicios, clínicas veterinarias, son dirigidas por varones. Existe una importante participación del sexo femenino 30,77%. ¿Cuál es el nivel de Instrucción del Microempresario? Una gran mayoría (69.2%) de los líderes de las Mypes de clínicas veterinarias, son universitarios. Sin embargo, existe importante sector que no tiene estudios concluidos (30,77%), situación que afecta la imagen del servicio. B: De la Empresa ¿Cuántos años tiene presencia su empresa en el mercado? De la encuesta realizada a las Mypes del sector en estudio, un 46.2% de ellas tienen de 4 a 6 años de presencia en el mercado, el éxito de estas empresas influye de manera positiva en el crecimiento económico y en la competitividad. ¿Cuántos colaboradores tiene su empresa? De la encuesta realizada a las Mypes del sector en estudio, un 53.9% de ellas cuentan “de 5 a 8 colaboradores”, lo que se traduce en estabilidad del sector. ¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial? Como resultado de la investigación, más de la mitad (69.2%) de los que dirigen las Mypes del sector servicios, clínicas veterinarias, gerencia las empresas utilizando

técnicas de control y monitoreo comercial Conclusiones: se encontró que el 84.6% de los que dirigen las micro y pequeñas empresas del sector servicio, consultorio veterinarios, conocen y están involucrados en la gestión del crecimiento y desarrollo empresarial, con una práctica de mejora continua, sin tener conocimiento profundo de administración, se encontró que los representantes están muy involucrados en la gestión de crecimiento y gestión empresarial con una práctica de mejora continua por esta razón que tienen aspiraciones hacia el futuro e implementan con equipos de última generación, en la mayoría de estas organizaciones si capacitan a su personal, se evidencio que solo un 30.8% tiene cultura de servicio en procedimientos de post venta y realiza medición de satisfacción al cliente, los reclamos de los clientes los toman como oportunidad de mejora y crecimiento, el medio para la comunicación con sus clientes es por redes sociales.

Vasallo (2016), En su investigación: Gestión de Calidad en Atención al Cliente, en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, rubro agencias Movistar Móvil, Casco urbano del distrito de Chimbote, 2016 tuvo como planteamiento del problema ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote ,2016?. Para poder conseguir el obojtivo general, sean planteado los siguientes objetivos especificos: Determinar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Determinar las principales características de la gestión de la

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

Metodología. Diseño de la Investigación. El diseño de la investigación fue no experimental – transversal-Descriptiva. Fue no experimental porque se estudió conforme a la realidad sin sufrir modificaciones y por qué la variable Gestión de Calidad en atención al cliente no ha variado y se presenta tal cual en su contexto de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito Chimbote 2016. Fue de corte transversal porque se estudió en un espacio de tiempo determinado, donde tendrá un inicio y un fin, específicamente en el año 2016. Fue descriptiva porque se describió las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, conforme a la realidad.

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

emprendedores, con visiones de futuro. Respecto al género del representante de las micro y pequeñas empresas: El 62% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de sexo masculino (tabla N°01). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Cieza (2014), quien manifiesta que el 75% son de sexo masculino a su vez coincide con los resultados encontrados por Pineda (2014), que determina que el 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de sexo masculino, del mismo modo coincide con los resultados encontrados por Ríos (2015), quien determina que el 65% son de sexo masculino. Pero se contrastan con los resultados encontrados por Hernández (2015), quien manifestó que el 66.67% son de sexo femenino. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están siendo dirigidas por 42 personas del sexo masculino, esto se debe a la mayoría de hombres que no tienen mucha que hacer en el hogar por esos motivos son quienes dirigen y tienen más tiempo para su empresa, a comparación de las damas pasan más tiempo en su casa. Respecto al grado de instrucción del representante de las micro y pequeñas empresas: El 54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción superior no universitaria (tabla N°01). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Pineda (2014), quien manifiesta que el 70% tiene grado de instrucción superior no universitaria. Pero se contrastan con los resultados encontrados por Cieza (2014), quien mencionó que el 37.5% tiene secundaria completa. Del mismo modo se contrasta con los resultados de Hernández (2015), quien manifiesta que el 53.33 % tiene el grado de instrucción de secundaria completa. Y también se contrasta con los resultados obtenido por Ríos (2015), quien menciona que el 60% tiene educación

superior universitaria completa. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Están siendo administradas por personas que estudiaron una carrera técnica esto se debe a la necesidad de hoy en día de sobresalir y de tener su propia empresa. Respecto al número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas: El 69 % de las micro y pequeñas empresas tiene de 1 a 5 trabajadores (Tabla N°02). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Farfán (2015), quien manifiesta que el 62% tiene menos de 5 trabajadores. Pero se contrastan con los resultados encontrados por Ríos (2015), quien menciona que el 95% de trabajadores son permanentes. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Mantienen menos de 5 trabajadores, esto se debe por ser un negocio que está en el mercado por primera vez y familiar y aún están en proceso de crecimiento. Respecto a las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas: El 62 % de las micro y pequeñas empresas las personas que trabajan son familiares y el 38% son personas no familiares (Tabla N°02). Esto demuestra que la mayoría de las micro y 44 pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. El personal que trabaja en su empresa son familiares, esto se debe por ser un negocio propio prefieren solo familiares que trabajen por la confianza y por qué querer sacar adelante y también por reducir costos. Respecto a objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas: El 100% de las microempresas encuestadas respondieron su objetivo de creación es generar ganancia (Tabla N°02). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Ríos (2015), quien menciona que el 45% de las micro y pequeñas

empresas su objetivo de creación es generar ganancia. Generar ganancia. Esto demuestra que la Totalidad de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Su objetivo por las cuales se crearon es para generar ganancias, esto se debe por querer ser cada reconocida ante el consumidor y llegar a pasar de micro empresa a grande empresa. Respecto a la variable Gestión de Calidad. Respecto sí conoce el termino de gestión de calidad: El 92 % de las personas encuestados respondieron que sí conoce el termino de gestión de calidad (Tabla N°03). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Espinoza (2014), quien manifiesta que el 50% sí conoce el termino de gestión de calidad, del mismo modo coincide con los resultados de Ríos (2015), quien menciona que el 85% si conoce gestión de calidad, Pero se contrastan con los resultados encontrados por Pineda (2014), quien menciona que el 70% no conoce el termino de gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Aplican la herramienta de la gestión como es la atención al cliente en el proceso de sus operaciones, esto se debe por la misma exigencia del cliente y de competir. Respecto a las dificultades que tienen para la implementación de gestión de calidad: El 61.5% de las personas encuestados respondieron que tiene un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad, mientras que un 23.1% tiene la dificultad de no adaptarse a los cambios y un 7.7% tiene poca iniciativa y desconocimiento del puesto estas son las dificultades que presentan (tabla N° 03). Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Las dificultades que tienen para implementar

la gestión de calidad es el aprendizaje lento, esto se debe por la falta de capacitación al personal de la empresa. Respecto a las técnicas para medir el rendimiento del personal de la gestión de calidad: El 69% de las personas encuestadas usa la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal. Respecto a la herramienta administrativa: atención al cliente Respecto al termino de atención al cliente: El 100% de las personas encuestados de las micro y pequeñas empresas dijeron que Sí conocen el termino de atención al cliente. (Tabla N° 03). Del mismo modo estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Espinoza (2014), quien menciona que el 97% si conoce el termino de atención al cliente. Esto demuestra que la Totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Respecto a la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento: El 100% de los encuestados dijeron que sí es fundamental la atención al cliente para que regrese al establecimiento (tabla N° 03). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Ríos (2015), quien manifiesta que el 80% si es fundamental la atención al cliente para que estos regresen nuestro negocio. Esto demuestra que la Totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Piensan que la atención al cliente es muy importante y fundamental para toda empresa, Esto se debe por las exigencias y gustos de los mismos clientes, se debe brindar un buen servicio para así ganar más clientes. Respecto a la atención que brinda a los clientes: El 54% de los encuestados la atención que brindan es buena (Tabla N° 03). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Hernández (2015), quien manifiesta que el 75% la atención que brindan es buena, del mismo modo coincide con

los resultados obtenidos por Ríos (2015), quien menciona que el 88% brinda una buena atención a sus clientes. Pero se contrastan con los resultados encontrados por Pineda (2014), quien manifiesta que el 50% la atención que brindan a sus clientes es regular. Piensan que la atención es importante para posicionarse en el mercado, Esto se debe al trato diario que experimentan con los clientes y el prestigio que ya han ganado en este rubro. Conclusiones: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, están siendo dirigidas por personas de 31 a 50 años, son del género masculino, con grado de instrucción superior universitaria. Y son dueños y desempeñan en el cargo de 7 años a mas. Se concluye que: la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, el tiempo de permanencia en el rubro tienen de 7 años a más, tienen de 1 a 5 trabajadores, y las personas que trabajan son familiares y su objetivo de creación es generar ganancia. Se concluye que: la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, Si conocen el término gestión de calidad, además respondieron que conocen la herramienta atención al cliente de gestión de calidad, tiene un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad, aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal, y Si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio y también ayuda a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa. La totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, conoce el término de atención a la cliente, sí aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, y respondieron que sí es

fundamental la atención al cliente para que regrese al establecimiento, brindan una buena atención en su negocio, y la mala atención por la que se está dando es por una mala organización de los trabajadores, son eficientes cuando su empresa atiende y da solución a los reclamos de los clientes, además la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

Vicuña (2015) En su investigación: Calidad en Atención y la Lealtad de los Clientes en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios - rubro hostales de tres estrellas del distrito de Huanchaco, 2015. Tuvo como planteamiento del problema ¿De qué manera influye la calidad en atención en la lealtad de los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro hostales de tres estrellas del distrito de huanchaco, 2015? Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: - Determinar la influencia de la calidad en atención en la lealtad de los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro hostales de tres estrellas del distrito de Huanchaco, 2015. Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar el nivel de eficiencia de la Calidad en Calidad en atención al cliente existente en las Mypes del sector servicios - rubro hostales de tres estrellas en el distrito de Huanchaco, 2015. Identificar el tipo de Lealtad de los clientes de las Mypes del sector servicios - rubro hostales de tres estrellas en el distrito de Huanchaco, 2015. Metodología. El tipo y nivel de la investigación de la tesis En cuanto a la metodología a emplearse en la presente investigación será del Tipo Descriptivo Correlacional porque caracterizará la calidad de atención y su efecto en la lealtad en los clientes de las Mypes hostales de tres estrellas en el distrito de Huanchaco, 2015. Diseño de la investigación En cuanto al Diseño de la investigación es No Experimental, porque se observan los fenómenos tal

cual se dan en su estado natural, así mismo es Transaccional o Transversal, pues se recolectarán los datos en un solo momento, en un tiempo único. Población y Censo La población en estudio se ha obtenido de los clientes de un total de 07 Mypes del sector comercio - rubro hostales de tres estrellas del distrito de Huanchaco, 2015 (Fuente: Ministerio de Trabajo de Trujillo - 2015), acto seguido se totalizó las cantidades proporcionadas por los establecimientos, determinando como unidades de análisis la población constituida por los clientes frecuentes en las 07 Mypes en los meses de julio y agosto de los últimos 5 años, obteniéndose una población de 56 personas, por lo que se realizó un censo sobre la totalidad de la población. Resultados: Resultados respecto a la encuesta aplicada a los clientes Datos generales de los clientes encuestados. Metodología. El tipo y nivel de la investigación de la tesis En cuanto a la metodología a emplearse en la presente investigación será del Tipo Descriptivo Correlacional porque caracterizará la calidad de atención y su efecto en la lealtad en los clientes de las Mypes hostales de tres estrellas en el distrito de Huanchaco, 2015. Diseño de la investigación. En cuanto al Diseño de la investigación es No Experimental, porque se observan los fenómenos tal cual se dan en su estado natural, así mismo es Transaccional o Transversal, pues se recolectarán los datos en un solo momento, en un tiempo único. Población y Censo. La población en estudio se ha obtenido de los clientes de un total de 07 Mypes del sector comercio - rubro hostales de tres estrellas del distrito de Huanchaco, 2015 (Fuente: Ministerio de Trabajo de Trujillo - 2015), acto seguido se totalizó las cantidades proporcionadas por los establecimientos, determinando como unidades de análisis la población constituida por los clientes frecuentes en las 07 Mypes en los meses de julio y agosto de los últimos 5 años, obteniéndose una población de 56 personas, por lo que se realizó un censo sobre la

totalidad de la población. Conclusiones: la calidad de atención al cliente, parte esencial de esta investigación, busca cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades, que es fundamental en estas organizaciones que desean generar lealtad a sus clientes y obtener una posición reconocida y continua en el tiempo. Por eso el objetivo principal fue determinar cómo influye la atención de calidad en la lealtad de los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hostales tres estrellas del distrito de huanchaco, en respuesta a este objetivo se encontró que los clientes son mujeres jóvenes con un grado superior universitaria, perciben interés sincero por parte las micro y pequeñas empresas lo que ha generado un grado de lealtad regular a bueno.

Ocaña (2016) en su investigación: Gestión de Calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y Spa en Trujillo centro, Año 2016. Tuvo como planteamiento del problema ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, 2016? Para poder conseguir el objetivo general, se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características del perfil de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, 2016. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, 2016. Describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, 2016. Metodología Diseño de la investigación. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo. Fue no experimental:

porque se estudió a la variable de gestión de calidad en atención al cliente conforme se presenta dentro de las micro y pequeñas empresas en estudio sin modificar la realidad. Fue transversal: porque se estudió en un tiempo determinado, comprendido entre enero y diciembre del 2016. Fue descriptivo: porque solo se describió las características de la variable de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, año 2016.

Población y muestra. Población. En el presente estudio la población estuvo compuesta por 20 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo Centro, año 2016, que se consiguieron mediante sondeo. **Muestra.** Se tomó una muestra dirigida de 14 micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, año 2016; ya que esa fue el número de micro y pequeñas empresas que quisieron facilitar la información requerida.

Análisis de Resultados. En los resultados del presente estudio con respecto a la edad de los representantes se ha obtenido que el 57.1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen edad promedio entre 30 a 50 años, este resultado coincide ligeramente con Sáenz (2015) donde encontró que el 90% tienen entre 31 a 50 años, con Pineda (2014) donde encontró que el 50% tuvo una edad promedio entre 31 a 40 años, con Patiño (2014) donde encontró que el 81% es mayor de 30 años, con Gómez (2013) donde encontró que el 56% tuvo una edad promedio de 25 a 35 años y con Ayala (2013) donde encontró que el 36% tenía entre 48 – 57 años. Esto se debe a que las personas entre 30 a 50 años se encuentran mucho más capacitadas para direccionar una empresa pues tienen una idea bien consolidada del negocio y prevén las diferentes situaciones o factores que afecten el desarrollo de sus actividades, consiguiendo así alternativas de solución y eso se ve reflejado en estudios anteriores. Hubo una pequeña variación en

el año 2013 donde se evidencio un mayor porcentaje de jóvenes empresarios cuya edad promedio era entre 25 a 35 años, esto se debió a la necesidad de generar ingresos y solventar sus gastos. En los resultados del presente estudio con respecto al género de los representantes de las micro y pequeñas empresas se ha obtenido que el 78.6% es de género femenino, esto coincide con Patiño (2014) donde el 64% son mujeres, con Ayala (2013) donde el 68% son mujeres, pero contrasta con Sáenz (2015) y Pineda (2014) donde el 90% son varones, así mismo con Gómez (2013) donde el 67% son varones. Esto se debe a que hoy en día las mujeres están poniendo mucho mayor interés en la idea de un negocio otorgándole un valor al producto o servicio que ofrece, por tal razón busca estar más preparada para marcar la diferencia con el único objetivo de que su negocio perdure en el mercado. En los resultados del presente estudio con respecto al tiempo de la micro y pequeña empresa en el mercado se ha obtenido que el 42.9% tiene entre 1 a 5 años en el mercado, este resultado coincide ligeramente con Sáenz (2015) donde encontró que el 90% tiene de 4 años a más, con Patiño (2014) donde encontró que el 64% tiene más de 3 años y contrasta con Gómez (2013) donde encontró que el 67% tiene menos de 10 años y con Ayala (2013) donde encontró que el 36% tiene de 11 a más años. Las micro y pequeñas empresas estudiadas son relativamente nuevas a las empresas tradicionales que permanecen vigentes en el mercado al largo de los años, eso indica que los nuevos empresarios tienen ideas innovadoras, utilizando la tecnología en vanguardia para poder competir y ganarse una posición en el mundo empresarial. Conclusiones: las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, en su mayoría tienen un promedio de edad entre 30 a 50 años son de género femenino con un grado de instrucción técnico, están en el mercado de 1 a 5 años en su totalidad son formales cuentan con 1 a 5

colaboradores y su objetivo es generar ganancias, estas organizaciones se valen de la técnica del benchmarking para asegurar una buena gestión de calidad, están enfocados completamente al cliente, consideran la amabilidad, limpieza del local y apariencia del colaborador, estiman que la comunicación es fundamental, motivación continua para que el cliente regrese.

Bases Teóricas

Definición de las Mypes.

Según el artículo 4ª de la ley MYPE es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, 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 UNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Dec. Leg. N° 1086).

Características y estructura de las Mypes.

Según la Sunat:

Las MYPES deben reunir las siguientes características recurrentes:

LAS MICROEMPRESAS: deben de contar con uno (1) a diez (10) trabajadores

VENTAS ANUALES: Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

PEQUEÑAS EMPRESAS: número de trabajadores de uno (1) a cien (100)

VENTAS ANUALES: Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

(*) monto de la UIT para el 2018 es de S/. 4150 nuevos

Objetivo de las Mypes:

- a) Aumentar el PBI
- b) Recaudación tributaria
- c) Proyecta la Formalización y desarrollo de las MYPES
- d) Aumento del empleo de la rentabilidad y productividad
- e) Incremento del mercado interno y externo.

Importancias de las Mypes:

Según las Revistas de Investigación UNMSM

Las MYPES en el Perú brindan empleo del 80% de la población económicamente activas y generan el 40% de Producto Bruto Interno (PBI), las MYPES abarcan muchos aspectos importantes de la economía del Perú y lo más importante de resaltar es la contribución de generar empleo, contribuye de forma creciente de aliviar el alto índice de desempleo que viene sufriendo nuestro país.

Tipos de micro y pequeñas empresas (MYPE)

Según noticias.universia.edu.pe (2011) se clasifican como:

- a) MYPE de Acumulación: Las Mypes de acumulación, tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo.

- b) **MYPE de Subsistencia:** Las Mypes de subsistencia son aquellas unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria.
- c) **Nuevos Emprendimientos:** Los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. Los emprendimientos apuntan a la innovación, creatividad y cambio hacia una situación económica mejor ya sea para iniciar un negocio como para mejorar y hacer más competitivas las empresas.

La Gestión de calidad

Según **Macias (2011)** el conjunto de actividades que se desglosa de sus funciones generales de la dirección con enfoques determinados a implantar una buena política de calidad, todos los objetivos y responsabilidades que están establecidos por medio de la planificación, control, aseguramiento y mejora de la calidad dentro de la gestión que incluye la planeación estratégica, la asignación de los recursos el desarrollo de las actividades operacionales y la evaluación relativa a la calidad. La gestión de calidad no solo implica gestionar la calidad del producto o servicio si no la administración de la calidad la gestión de la organización esto no dice que dentro de la gestión de la calidad debe haber una mejora continua del proceso de gestión de la organización reduciendo las actividades que no tienen utilidad que no agregan valor al proceso y de esta forma tener un sistema más efectivo y eficiente. (p23).

Características de la gestión de la calidad

Según **Peresson (2007)** la importancia de implementar un Sistema de Calidad o de Gestión de la Calidad, ya sea para los productos o servicios de la organización, radica en el hecho de que sirve de plataforma para desarrollar desde el interior de la organización, una conjunto de actividades, procesos y procedimientos, enrutados a lograr que las características presentes tanto en el producto como en el servicio cumplan con los requisitos exigidos por el cliente, es decir, sea de calidad, para así ofrecer mayor posibilidad de que sea adquirido por este, logrando y/o aumentando el porcentaje de ventas planificado por la organización.

La importancia de la gestión de calidad

Según **la Real Academia de la Lengua** la calidad es la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. Sin embargo, en el ámbito del management, el término ha evolucionado hacia otras definiciones con diferentes enfoques. La importancia está en conocer todos la expectativas y demandas de los clientes, con esa información ser pueda mejorar y adaptar sus servicios ofrecido por las organizaciones.

Definición de atención al cliente

Definiremos lo que es un cliente: es toda aquella persona que tiene relación con nuestra organización, de los cuales existen clientes internos y externos. Los primeros son los que siempre compran nuestros productos, los internos son aquellos trabajadores y/o proveedores de la organización, y el producto de calidad es aquello que cumpla todas las expectativas.

La importancia de la atención al cliente

Estrada (2017) define al cliente de la siguiente manera ¿Qué es un cliente y/o usuario? Es todo aquel individuo que con un impulso de interés personal que tiene la alternativa de recurrir a nuestra organización en busca suplir sus necesidades en busca de un bien o servicio o en caso contrario puede ir a cualquier otra.

Factores que influyen en las expectativas del cliente. aquí algunos factores que pueden influenciar de forma positiva en una organización:

- a) La eficiencia: es aquella información o acción que el cliente está buscando.
- b) La confianza: es lo que el cliente experimenta cuando hace uso de un bien o servicio.
- c) La organización se gana la confianza cuando tiene contacto y los clientes perciben la calidad del producto.
- d) Servicialidad: esto se da cuando el cliente recibe mucho más de lo que esperaba, superando su expectativa.
- e) Interés personal: es una relación de aprecio hacia el cliente.
- f) Confiabilidad: cuando el cliente está muy seguro de los servicios que recibe de la organización.

Elementos de la atención al cliente:

Neyra (2006) para que las micro y pequeñas empresas puedan sobresalir en este mundo tan competitivo de es vital importancia una buena atención al cliente, las organizaciones dan más importancias a la administración de su recurso ya sea humano y material que descuidan a los clientes en sus atenciones que día a día toma más importancia en un sistema competitivo. Por esa razón que la competencia busca

conquistar a más clientes insatisfechos por otras organizaciones. Para mantener a los clientes contentos las organizaciones siempre deben de prestar atención a sus clientes con encuestas regulares para poder identificar las demandas y posibles servicios y mejoramiento contenido de las estrategias para una buena atención al cliente.

Atención estratégica al cliente:

Goodman (2014) la estrategia de la atención al cliente nos permite pensar no como costos a minimizar sino como una variable competitiva, generadora de ingresos y en proceso de gestión de boca a boca. En el análisis en que las formas de atención y reacción de cliente se optimiza o no. Como repercute la mala atención al cliente, aquí se podría decir que se tomara acciones que se dé una buena atención al cliente esto implica mejorarlos procesos de atención y servicio al cliente, una queja no debería tomarse como algo malo si no sacar provecho de ello para mejorar la atención y la calidad de servicio. Cuando las opiniones y/o quejas no son atendidos esto repercute de una manera muy negativa ante en la imagen de la organización en cuestión y en la parte de rentabilidad. (p.34).

Según **Goodman (2014)** los empleados no son responsables de las insatisfacciones de los clientes en las MYPES, según las investigaciones de la TARP los empleados van a sus centros laborales con toda la grana de brindar un buen servicio. Conservar a los clientes es menos costoso que tener nuevos.

Goodman (2014) Primeros pasos de la atención estratégica al cliente: el imperativo económico y la voz del cliente. La gran mayoría de las organizaciones ya cuentan con los requisitos para aumentar el desempeño de las funciones de atención al cliente esto da paso para la atención estratégica, en las principales estructuras de

atención, sistema de gestión de relación con el cliente y lo más importante el sistema de voz del cliente esto es un gran mecanismo que el cliente puede usar como el sistema de quejas reclamos y garantía, pero no en todo es el caso de voz del cliente y hace que se fragmente y por ende esto es muy perjudicial para el cliente.

Bases conceptuales

Marco Conceptual

Definición de Establecimiento Óptico

Es un establecimiento sanitario que está bajo la dirección técnica de un óptico optometrista, donde se hacen trabajos de medición y función visual, adaptación de lentes de contacto, también se realizan labores técnicas de adaptación de los lentes llamado biselados (recorte de las lunas a la medida de las monturas) también se hacen arreglos de estos y ventas de accesorios ópticos.

Micro y Pequeña Empresa del Rubro Ópticas en la gestión de calidad en atención al cliente.

Las micros y pequeña empresas del rubro ópticas se encuentra en la ciudad de Trujillo jirón Bolívar cuadra 3 y 4 es un sector muy específico donde se encuentran demandando y ofertando servicios para poder satisfacer a todos los clientes y debido a la gran demanda del día a día estos crecen, pero se ha detectado que una gran parte de estas micro y pequeñas empresa tiene un mal funcionamiento y prestan una mala atención al cliente debido a la falta de instrucción y o contar con un personal poco calificado esto incluye a los dueños del establecimiento, estos suelen tener estudios básicos y no tienen la aptitud de dirigir una empresa, sin embargo se ocupan de todas las funciones de la administración esto hace que no lleven un orden y mucho menos

una estructura dentro de la organización, se cree que cada colaborador tenga un rol para así dar una mejor atención y servicio al cliente más eficiente y eficaz. También se puede decir que todo esto se debe a los recursos limitados o poca inversión y más ganancia para los propietarios de la empresa. En un establecimiento de óptica debe tener en cuenta la buena atención y servicio que se ofrece, como estos establecimientos están cerca de otros que brindan igual servicio esto puede generar que los clientes ya no se logre la fidelidad.

Atención al cliente.

Es un servicio que proporciona una organización con el fin de vincularse con los clientes y antelarse a las satisfacciones de sus requerimientos nos sirve de herramienta efectiva para relacionarse con los clientes dando un buen asesoramiento del uso de los bienes y servicios que brinda la organización.

La Gestión de calidad en la atención al cliente:

Son conjuntos de actividades que se relacionan entre sí, que brinda una organización para dar un buen servicio de atención al cliente en el momento oportuno y sobrepasando las expectativas del servicio recibido. La gestión de calidad en la atención al cliente se define como una gestión de forma estructurada que brinda técnicas que van a favorecer a la organización con el fin de brindar una excelente atención al cliente con colaboradores bien capacitados y comprometidos con la organización para la lealtad continua de los clientes.

III. Hipótesis

En el presente trabajo de investigación no se plantea HIPÓTESIS por ser de nivel descriptivo.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la Investigación

Para disposición del presente trabajo de investigación se utilizará el diseño de investigación, no Experimental – Transversal – Descriptiva.

- a) Será no Experimental debido a la ejecución sin premeditada manipulación de la variable gestión de calidad en atención al cliente, se observan los fenómenos en su estado natural de la variable gestión de calidad en atención al cliente en el servicio de atención al cliente en las ópticas del Jirón Bolívar cuadra 3 y 4 Trujillo centro año 2018.
- b) Será transversal porque el presente estudio de investigación se ejecutará en un periodo de tiempo año 2018.
- c) Será descriptiva porque solo se describirá las características de las micro y pequeñas empresas y la variable de gestión de calidad en atención al cliente.

M → O

Donde:

M = muestra

O = observación

4.2. Población y muestra

Muestra: La muestra del estudio está constituida por 20 ópticas, de quienes se recaudaron los datos de la investigación.

El criterio de elección de la muestra se obtuvo en base de la disponibilidad de brindar información por sus representantes de las micro y pequeñas empresas.

4.3. Definición de la operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Escala de medición Indicadores Dimensiones	Medición-Indicadores
Perfil de los representantes legales de las micro y pequeñas compañías	Dueño: es toda persona propietaria de una micro y pequeña empresa y quien se beneficia con la producción de la organización Gerente es el representante legal que se encarga de administrar, dirigir y hacer que todo funcione de una forma adecuada.	a) Edad	Nominal: a) De 18 a 30 b) De 31 a 50 c) 51 a mas
		b) Genero	Nominal: a) Masculino b) Femenino
		c) Grado de instrucción	Nominal: a) Sin instrucción b) Educación básica c) Superior no universitario d) Superior universitario
		d) Cargo que desempeña	Nominal: 1. Dueño 2. Administrador
		e) Tiempo que desempeña en el cargo	Razón a) 0 - 3 b) 4 - 6 c) 7 a más años
		f) Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	Razón: a) 0 - 3 b) 4 - 6 c) 7 años a mas
		g) Número de trabajadores	Razón: a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores
		h) Las personas que trabajan en su empresa son:	Nominal: a) Familiares b) Personas no familiares
		i) Su empresa se creó para:	Nominal a) Generar ganancia b) Subsistencia
Características de las micro y pequeñas empresas	Son unidades económicas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización.		

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de calidad	Gestión de calidad es una herramienta que nos brinda la ayuda necesaria a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad.	j) ¿Conoces el termino de Gestión de Calidad?	a) Si b) No c) Tengo ciertos conocimientos	Nominal
		k) ¿Qué técnicas modernas gestión de calidad usa en su negocio??	a) Benchmarking b) Atención al cliente c) Empowerment d) La 5 s e) Outsourcing f) Otros g) Ninguno	Nominal
		l) ¿Qué dificultades tiene para la implantación de la gestión de calidad?	1. Poca iniciativa 2. Aprendizaje lento 3. No se adapta a los cambios 4. Desconocimiento del puesto 5. Otros	Nominal
		m) ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	❖ La observación ❖ La evaluación ❖ Escala de puntuación ❖ Evaluación de 360° ❖ Otros	Nominal
Atención al cliente	Atención al cliente es un conjunto de actividades internar relacionadas que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo	n) ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	1. Si 2. No	Nominal
		o) ¿La gestión de la calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa?	• Si • No • A veces	Nominal
		p) ¿Conoce el termino atención al cliente?	1. Si 2. No 3. Tengo cierto conocimiento	Nominal

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
		q) ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No • A veces 	Nominal
		r) ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regreso al establecimiento?	1 Si 2 No	Nominal
		s) ¿Herramientas que utiliza para un servicio de calidad?	1. Comunicación 2. Confianza 3. Retroalimentación 4. Ninguno	Nominal
		t) ¿Principales factores que para la calidad al servicio que brinda?	1. Atención personalizada 2. Rapidez en la entrega de los productos 3. Las instalaciones 4. Ninguna	Nominal
		u) ¿La atención que brinda a los clientes es?:	5. Bueno 6. Regular 7. Malo	Nominal
		v) ¿Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente?	8. No tiene suficiente personal 9. Por una mala organización de los trabajadores 10. Si brindan una buena atención al cliente	Nominal
		w) ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?	11. Clientes satisfechos 12. Fidelización de los clientes 13. Posicionamiento de la empresa 14. Incremento en las ventas	Nominal

4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

En este trabajo de investigación se utilizó la técnica de encuesta mediante un cuestionario (instrumento) distribuido en 23 preguntas. (ver anexo 01)

4.5. Plan de análisis

Para análisis e interpretación de los datos en estudio se contará como apoyo el programa Microsoft Word 2019.

En la información recolectada se hará análisis de Microsoft Excel 2019, este programa nos permitirá traducir de manera gráfica nuestras tablas para mejor interpretación.

4.6 Matriz de Consistencia

Pregunta	Objetivos	Variables	Metodología		
			Universo y muestra	Método	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro ópticas, Ubicado en Jirón Bolívar cuadra 3 y 4 Trujillo centro 2018</p>	<p>Objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro Ópticas, Ubicado en el Jirón Bolívar cuadra 3 y 4 de Trujillo centro, 2019.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>15. Determinar las principales Características de los gerentes o representantes de las MYPE del sector servicio rubro ópticas, Ubicado en el Jirón Bolívar cuadra 3 y 4 Trujillo centro año 2018.</p> <p>16. Determinar las principales características de las MYPE del sector servicio rubro ópticas, Ubicado en el Jirón Bolívar cuadra 3 y 4 Trujillo centro, año 2018.</p> <p>17. Determinar las principales características de una gestión de calidad en atención al cliente en la MYPE del sector servicio rubro Ópticas, Ubicado en el Jirón Bolívar cuadra 3 y 4 Trujillo centro año 2018.</p>	<p>Gestión de la calidad en atención al cliente</p>	<p>El presente estudio estará conformado por 30 MYPES dedicadas al servicio rubro Ópticas, Ubicados en el Jirón Bolívar cuadra 3 y 4 Trujillo, año 2018.</p> <p>El muestreo será poblacional, no todos participan en dicho estudio.</p>	<p>Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizará el diseño de investigación No experimental – Transversal – descriptivo bajo la supervisión del docente tutor.</p> <p>Será no experimental porque se realizará sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad en atención al cliente, es decir, las funciones de la gestión de la calidad se presentan tal y como de la muestra en las MYPE en los servicios rubro ópticas, Ubicado en el Jirón Bolívar cuadra 3 y 4 Trujillo centro, 2018.</p> <p>Sera transversal porque el estudio de investigación se realizará en tiempo determinado de un 1 año, que sería del 2018.</p> <p>Será descriptivo porque solo se describirá las características más relevantes de la MYPE, representantes legales y la variable en estudio.</p>	<p>para el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento que se aplicó para el recojo de información de la investigación fue mediante un cuestionario estructurado de 23 preguntas.</p>

4.7. Principios Éticos

En esta investigación se tomará en cuenta los siguientes principios:

1. Honestidad

Este principio se toma en cuenta respetando la autoría al momento que uno selecciona teorías de otros autores es importante citar dando a conocer que esta información no es la nuestra.

2. Responsabilidad

Cuando hablamos de la responsabilidad se hace referencia que, para hacer la elaboración de esta investigación necesariamente se acapara una secuencia de decisiones de manera consciente por lo que es un trabajo muy importante para la sustentación de la tesis.

3. Puntualidad

En este principio se enfoca al momento de aplicar la entrevista en el cual debe realizar una hora establecida y de acuerdo con la disposición de la persona que se entrevistará.

En esta investigación se hace énfasis a los principios éticos de confidencialidad, respecto a la dignidad, a la propiedad intelectual, y así mismo toda información ha sido exclusivamente usada para fines académicos.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 01. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-ópticas del jirón Bolívar cuadra 3 y 4 cercado de Trujillo 2018

Características	N	%
Edad del encuestado		
18 – 30 años	4	20.00
31 – 50 años	11	55.00
51 a más años	5	25.00
Total	20	100.00
Genero del encuestado		
Masculino	8	40.00
Femenino	12	60.00
Total	20	100.00
Rango de Formación		
No tiene formación	0	0.00
Educación básica	12	60.00
Superior no universitario	5	25.00
Superior universitario	3	15.00
Total	20	100.00
Rango que desempeña		
Dueño	15	75.00
Administrador	5	25.00
Total	20	100.00
Período de ejecución en el cargo		
0 a 3 años	4	20.00
4 a 6 años	8	40.00
7 a más años	8	40.00
Total	20	100.00

Estudio: Sondeo asignado a los apoderados de las Mypes del sector comercio-rubro ópticas del jirón Bolívar cuadra 3 y 4 cercado de Trujillo, 2018

Tabla 02. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ópticas del jirón Bolívar cuadra 3 y 4 cercado de Trujillo, 2018.

Características	N	%
Período de constancia de la empresa en el sector		
0 -3	3	15.00
4 -6	8	40.00
7 > a mas	9	45.00
Total	20	100.00
Cantidad de colaboradores		
1 -5 colaboradores	19	66.66
6-10 colaboradores	1	27.78
11 > colaboradores	0	5.56
Total	20	100.00
Los colaboradores que ocupan en su empresa son:		
Parientes	4	20.00
Personales no parientes	16	80.00
Total	20	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancias	19	95.00
Subsistencia	1	5.00
Total	20	100.00

Estudio: cuestionario aplicado a los apoderados de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ópticas del jirón Bolívar cuadra 3 y 4 cercado de Trujillo, 2018.

Tabla 03. Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-ópticas del jirón Bolívar cuadra 3 y 4 cercado de Trujillo, 2018

Características	N	%
Conoce usted el término Gestión de Calidad		
Si	14	70.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	6	30.00
Total	20	100.00
Qué métodos modernos de la Gestión de Calidad conoces:		
Benchmarking	1	5.00
Atención al Consumidor	17	85.00
Empowerment	1	5.00
La 5s	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	1	5.00
Total	20	100.00
Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la inserción de la Gestión de Calidad		
bajo ímpetu	10	44.45
Preparación tardía	2	11.11
No se ajusta a la formación	2	11.11
Falta de conocimiento del cargo	4	22.22
Otros	2	11.11
Total	20	100.00
Que método de medición de beneficios conoces:		
observación	11	55.00
evaluación	9	45.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
La evaluación 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	20	100.00
La Gestión de Calidad Contribuye con la mejora de la utilidad del Negocio		
Si	20	100.00
No	0	0.00
Total	20	100.00

La gestión de la calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa		
❖ Si	20	100.00
❖ No	0	0.00
❖ A veces	0	0.00
Total	20	100.00
Conoce el término de atención al consumidor		
❖ Si	16	80.00
❖ No	4	20.00
❖ Tengo cierto conocimiento	0	00.00
Total	20	100.00
Aplicas la Gestión de Calidad en el Servicio que Brinda a sus consumidores		
❖ Si	14	66.66
❖ No	6	16.67
❖ A veces	0	16.67
Total	20	100.00
Piensa que la atención al consumidor es importante para que el consumidor vuelva a la organización		
❖ Si	20	100.00
❖ No	0	0.00
Total	20	100.00
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
a) Comunicación	16	80.00
b) Confianza	4	20.00
c) Retroalimentación	0	0.00
d) Ninguno	0	0.00
Total	20	100.00
Principales factores para la calidad del servicio que brinda		
a) Atención personalizada	16	80.00
b) Rapidez en la entrega de los productos	4	20.00
c) Las instalaciones	0	0.00
d) Ninguna	0	0.00
Total	20	100.00
La atención que brindan a los consumidores es:		
a) Buena	20	100
b) Regular	0	0.00
c) Malo	0	0.00
Total	20	100.00

Porque considera usted que está dando una mala atención al consumidor		
No tiene suficiente personal	1	5.00
Por una mala organización de los trabajadores	1	5.00
Si brindan una buena atención al cliente	18	90.00
Total	20	100.00

Qué ganancias pudo visualizar aplicando una buena atención al consumidor		
Consumidores contentos	9	45.00
lealtad de los consumidores	4	20.00
Posicionamiento de la empresa	7	35.00
Incremento de ventas	0	0.00
Total	20	100.00

Estudio: cuestionario aplicado a los apoderados de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ópticas del jirón Bolívar cuadra 3 y 4 cercado de Trujillo, 2018

5.2. Análisis de los resultados

Tabla 01

Edad del encargado

El 55.00% de los encargados de las Mypes tienen una edad entre los 31 -50 años, esto coincide con los hallazgos encontrados por Antúnez (2017), donde el 72.7% tuvieron una edad de 31-50 años. También coincide con los resultados de Ocaña (2016), donde el 57.1% de los encargados de las Mypes tienen edad promedio de 30 a 50 años. También coincide con Hinostroza (2018), Un 53.9% de los microempresarios del sector servicios, consultorios veterinarios, sus edades fluctúan entre 29 a 39 años, considerándolos jóvenes adultos. También coincide con Vasallo (2016), El 69% de los representantes de las mypes oscilan entre 31 a 50 años. En estos resultados se puede apreciar que los representantes son personas adultas con experiencia de dirigir y hacen que las Mypes sigan con los años en crecimiento por tener experiencia.

Sexo de los encargados

El 60.00 % de los representantes de las Mypes son de género femenino, estos resultados se comparan con Ocaña (2016) el 78.6% de los representantes son de género femenino, en cuanto a Antúnez (2017) el 63.6 % de los representantes son de género masculino. También dice Hinostroza (2018), El 69.2% de las Mypes del sector servicios, clínicas veterinarias, son dirigidas por varones, generalmente son los hombres quienes dedican más tiempo a la gestión empresarial. Vasallo (2016), el 62% de los encargados de las mypes son de sexo masculino En la actualidad se aprecia que las Mypes están siendo representados según mis antecedentes ambos géneros están incursionando en el campo de las Mypes.

Grado de instrucción del encargado

Se encontró que el 60.00% de los representantes de la Mypes tienen un grado de instrucción básico a lo que Antúnez (2017) encontró en su investigación que el 45.5% de los representantes tienen un grado de instrucción superior, Ocaña (2016) encontró que 42.9 % representantes tienen un grado de instrucción de técnico. Hinostroza (2018), encontró en su investigación que gran mayoría 69.2% de los líderes de las Mypes de clínicas veterinarias, son universitarios. En cuanto a Vasallo (2016), El 54% de los encargados de las mypes tienen grado de instrucción superior no universitaria. Lo que se encontró en este estudio fue que los representantes tienen un grado de instrucción básico y que aun así han surgido en el tiempo y que no es impedimento para su crecimiento.

Cargo que desempeña

Se encontró que el 75.00% son los propios dueños, esto coincide con Vasallo (2016), El 77% de los encargados de las Mypes son propietarios, se pudo apreciar que los dueños velan por la organización para su buen desenvolvimiento.

Tiempo que desempeña en el cargo

Se encontró que el lapso de ejecución el cargo es siete años a más es el 40.00 % de los representantes coincide con Vasallo (2016), El 69% de los encargados de las mypes se desarrollan en el cargo de 7 años a más, se pudo apreciar que los dueños tienen tiempo en sus cargos para un mejor desenvolvimiento de las organizaciones.

Tabla 2

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Se encontró que el 45.00 % de la Mypes están en funcionamiento 7 años en adelante, hay similitud con Ocaña (2016) encontró que el 42.9% tienen de 1 a 5 años en el mercado.

Para Antúnez (2017) el 68.2 % tienen entre 0 a 3 años de funcionamiento en el sector. Hay similitud con Hinostraza (2018), un 46.2% de ellas tienen de 4 a 6 años de presencia en el mercado. Nos dice Vasallo (2016), El 85 % de las micro y pequeñas empresas tiene de 7 años a más de permanencia en el rubro. En estos resultados se puede apreciar que la Mypes están posicionadas en el rubro por los años que le precede.

Número de trabajadores

Se encontró que un 66.66% de trabajadores de las Mypes son de 1 a 5 personas en cuanto a Hinostraza (2018), un 53.9% de ellas cuentan “de 5 a 8 colaboradores, coincide con Antúnez (2017), El 63,6% de Mypes cuentan con uno a cinco colaboradores. Cedeño (2018), el 100.00% cuenta con de 5 a 10 colaboradores. Vasallo (2016), El 69 % de Mypes tiene de uno a cinco colaboradores, se evidencia que los representantes de las Mypes prefieren tener poco personal a su cargo porque no demanda mucha mano de obra.

Las personas que trabajan en su empresa son:

Se encontró que las personas que trabajan en las Mypes no son familiares con un 80.00%. en su investigación Antúnez (2017), El 45,5% al contratar a su personal prefiere dar la oportunidad de trabajo a sus familiares, en la investigación de Vasallo (2017), El 62 % de las micro y pequeñas empresas los individuos que laboran

pertenecen al grupo familiar, se evidencia que los encargados no cuentan con mano de obra de sus familiares sino de personas ajenas a su entorno.

Objetivo de la creación de la micro y pequeña empresa

Se encontró en el 95.00% que las Mypes se crearon con el único fin de generar ganancias que coincide con Ocaña (2016), el 35.7% tienen como objetivo generar Ganancia, en su investigación Vasallo (2016), El 100% de las microempresas encuestadas respondieron su objetivo de creación es generar ganancia se puede decir que las Mypes han sido creadas para generar ganancias a sus representantes.

Tabla 3

Conoce el termino Gestión de la Calidad

En esta investigación se encontró que un 70.00 % de los representantes y/o colaboradores conocen de Gestión de Calidad. Coincide con Hinostraza (2018), Un 84.6% de las Mypes del sector servicios, coincide con Antúnez (2017), El 59,1% si están aplicando una gestión de calidad, coincide con Ocaña (2017), se ha obtenido que el 100% de los encargados de las Mypes en evaluación conocen técnicas de gestión en atención al cliente. Coincide con Vicuña (2015), donde un 29% tienen conocimiento, en su investigación Vasallo (2016), El 92 % de las personas encuestados respondieron que sí conoce el termino de gestión de calidad se evidencia que la gran mayoría de los representantes de la Mypes tienen cierto grado de conocimiento sobre la atención al cliente.

Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce

En esta investigación se evidencia que el 85.00 % de las Mypes solo conocen la técnica de atención al cliente. Antúnez (2017), en un 40.9% usan la técnica de mejora

continua. Ocaña (2017), encontró que el 100.00% de las Mypes conocen de técnicas de gestión de calidad y atención al cliente. Vasallo (2016), El 100 % de los encuestados respondieron que una de las técnicas que conocen es de atención al cliente. Se evidencia que la técnica que conocen las Mypes es la de la atención al cliente, se evidencia que las representantes o tiene capacitación continua en mejorar su atención para con sus clientes.

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

Se encontró que le 44.45% de las Mypes tienen dificultades con su personal por la poca iniciativa, esto dificulta contar con mayores clientes satisfechos. Vasallo (2016), El 61.5% de las personas encuestados respondieron que tiene un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad, se evidencio que los colaboradores tiene poca iniciativa para una implemetacion de gestion de calidad esto afecta el crecimiento de la organizaciones.

Que método de medición de beneficios conoce

En esta investigación se encontró que el 55.00 % es de observación. Nos dice Vasallo (2016), El 69% de las personas encuestadas usa la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal. Lo cual nos dio como resultado cuanto puede rendir los colaboradores solo con el método de la observación.

La Gestión de Calidad Contribuye con la mejora de la utilidad del Negocio

Se encontró un cien por ciento que la gestión de calidad contribuye al rendimiento. Esto coincide con Ocaña (2017), ha obtenido un cien por ciento de las Mypes en estudio enfocan una gestión completamente hacia el cliente. Coincide

Vicuña (2015), con un 25.00 % nos dice que una buena Gestión de Calidad aporta a favorecer el beneficio del comercio. Nos dice Chang (2014), que un 45.00 % contribuye a mejorar el establecimiento. Vasallo (2016), El 92% de las personas encuestadas dijeron que si contribuye la gestión de calidad a favorecer el beneficio del comercio Se evidencio que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

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

Se encontró que el 100.00 % de las Mypes les ayudo a alcanzar sus objetivos trazados. Coincide con Antúnez (2017), El 59,1% si están aplicando una gestión de calidad para alcanzar sus objetivos. Coincide con Ocaña (2017), el cien por ciento de las Mypes alcanzan sus objetivos. Cedeño (2018), que el 100.00% de las organizaciones alcanzan sus objetivos con la gestión de calidad. En su investigación Altamirano (2014), encontró que el 100.00 % de las organizaciones hoteleras alcanzan sus objetivos con la gestión de calidad y servicio. Vasallo (2016), El 85 % contestaron que Sí ayuda la gestión de calidad a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa. Nos dio un enfoque que las organizaciones en definitiva tienen un 100.00% de alcanzar sus metas y objetivos.

Conoce el termino atención al cliente.

Se encontró que el 80.00% de las organizaciones conoce el termino de atención al cliente esto coincide con Botia & Rivera (2008), que el 100.00% de las organizaciones hoteleras son conocedores del término de atención al cliente. Hinostroza (2018) dice que el 84.00 % son conocedores del término de atención al cliente. Vasallo (20016), El 100% de las personas encuestados de las micro y pequeñas

empresas dijeron que Sí conocen el termino de atención al cliente. Cedeño (2018), en su metodología nos da a conocer que si conocen el termino atención al cliente. Lo mismo dice Chang (2014) en su metodología dice que en la municipalidad de Malácatan son conocedores del término de atención al cliente. Vicuña (2015), encontró que el 29% conocen el término de la atención al cliente. Coincide con Ocaña (2017), que el 100.00 % de las organizaciones son conocedores del término de atención al cliente. Antúnez (2017), en sus conclusiones da a conocer que las organizaciones dicen conocer la palabra de atención al cliente. se evidenció en las organizaciones tienen conocimiento del término de atención al cliente esto ayuda a mejorar la calidad y servicio de atención al cliente.

Brinda Gestión de Calidad en el servicio que ofrece a sus consumidores

El 66.66% de las organizaciones aplica la gestión de calidad en sus servicios. Esto coincide con Vasallo (2016), El 100% de los encuestados dijeron que aplicaron la gestión de calidad en el servicio que ofrece a sus consumidores. Antunez (2017), en sus conclusiones nos dice que en su investigación se ejecuta la Gestion de Calidad para el beneficio que brindan las organizaciones. Ocaña (2016), en sus metodologia dice que las organizaciones aplicaron una Gestion de Calidad para el beneficio que ofrece a sus consumidores. Esto coincide con Chang (2014) en su metodologia tambien aplican la gestion de calida en la municipalidades de Malacatan. En su investigacin Cedeño (20018), en su metodologia hace un manual donde aplica la gestion de calidad. Esto coincide con Vicuña (2015), el 36.00% las organizaciones hoteleras si aplican la gestion de calidas en el servicio. Se evidencio en esta iverstigacion que es base fundamental para que las organizaciones puedan mantenerse en el mercado con la aplicación de gestion de calidad para beneficio de atencion al consumidor.

Piensa que la atención al consumidor es importante para que el consumidor vuelva a la organización: el 100.00% coincide que si es importante esto es similar con Vasallo (2017), el 100.00 % de los encuestados dijeron que sí es importante la atención al cliente para que vuelva al establecimiento, en la investigación de Cedeño(2018) nos dice en su manual que es fundamental la atención al cliente para que regresen a las organizaciones. Esto también coincide con Botia & Rivera (2008), que el Bogotá es fundamental para que los clientes regresen una buena atención al cliente. Se concluyó que para mantener a los clientes fieles a las organizaciones es fundamental contar con una buena atención al cliente.

Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

En esta investigación se encontró que el 80.00 % de los encuestados utilizan la herramienta de la comunicación, para un buen servicio de calidad. Esto concuerda con Ocaña (2016), nos dice que el sesenta y cuatro punto tres por ciento de los encargados de las Mypes indican que la comunicación es un elemento importante para indicar que el personal está apto para estar en contacto con los clientes esto coincide con Hinostroza (2018), De los microempresarios del sector en estudio tienen claro que una estrategia de marketing, así como el contenido publicitario son fundamentales para el éxito de cualquier organización; más de la mitad (61.5%) de ellos utilizan a las redes sociales como medio de publicidad para llegar a sus clientes. Concluimos que es muy importante usar la herramienta de la comunicación para un buen servicio de calidad.

Principales factores para la calidad del servicio que brinda

El 44.45% de las organizaciones encuestadas dan una atención personalizada estos resultados coinciden con Antúnez (2017), El 59,1% señala que una atención de

calidad contribuye en un aumento de ventas para el negocio, Se concluyó que las organizaciones utilizan factores para la calidad de servicio personalizadas.

La atención que brinda a los clientes es:

En esta investigación se encontró que el 100.00% de la atención es buena esto coincide con la investigación de Vasallo (2017), El 54% de los encuestados la atención que brindan es buena esta investigación también coincide con Hinostroza (2018), : El 54% de los encuestados la atención que brindan es buena esto coincide con Antunez (2017), El 36.4% de las Mypes cuentan como prioridad ante sus clientes el buen trato. En esta investigación se concluyó que las organizaciones tienen prioridad de dar una atención buena.

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

En esta investigación se encontró que el 90.00 % de las organizaciones sostienen que brindan una buena atención al cliente respecto a lo que encontró Vasallo (2016), 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. Se evidenció que las organizaciones que fueron sondeados brindan una buena atención.

Qué Ganancias pudo visualizar aplicando una buena atención al consumidor

En esta investigación se evidenció que las organizaciones con un 45.00% tienen clientes satisfechos esto coincide con Hinostroza (2018), Un 61.5% de los microempresarios del sector en estudio, saben que cumplir con las satisfacciones de sus clientes es una ventaja que les brinda rentabilidad y posicionamiento determinando competitividad y supervivencia del negocio. Se evidenció que las organizaciones han logrado clientes satisfechos con una buena atención al cliente

Aspectos Complementario

Propuesta de mejora

- ✓ Para este año 2019, las propuestas de mejora a los representantes de las Mypes. Se propone una mejora continua en sus procesos en gestión de calidad y atención al cliente, con una capacitación constante de los representantes y personal colaborador, con una buena atención personalizada mejorando la comunicación de los representantes hacia los colaboradores y los clientes, reinventándose para crear fidelidad tanto con los colaboradores y con el consumidor.
- ✓ Diseñar un plan ordenado, argumentado y cordial de cómo se puede hacer mejor las cosas y ser más productivos y eficientes, crear un plan de aprendizaje para los colaboradores.
- ✓ Crear una cultura organizacional para que los colaboradores se sienten orgullosos de la organización y esto lleve a una mejor atención al cliente.
- ✓ Implementar herramientas de trabajo por lo cual se pueda hacer mediciones de rendimiento de los colaboradores que motive a la interacción en una buena atención al cliente.

CONCLUSIÓN

Referente A Los Representantes De La Mypes

- ✓ Se concluye que en su gran mayoría en los representantes de las Mypes del sector comercio- rubro Óptica del jirón Bolívar cuadra 3 y 4, cercado de Trujillo 2018, consta de un promedio entre treinta y uno a cincuenta años, son dirigidos por el tipo femenino, con un rango de educación básica y la mayoría tienen como representantes a los dueños y están de 7 años a más en el cargo.
- ✓ Se concluye que las Mypes del sector comercio rubro Ópticas en Jirón Bolívar cuadra 3 y 4 cercado de Trujillo 2018 con un tiempo en el rubro de 4 años a más, cuentan con 1 a 5 trabajadores y los colaboradores que laboran no son familiares y la totalidad de las Mypes cuentan con un objetivo de obtener utilidades.
- ✓ La gran mayoría de las Mypes, tienen conocimiento de termino de gestión de calidad, conocen las técnicas de atención al cliente, también tuvieron dificultad para la implementación por la poca iniciativa de los colaboradores para una buena gestión de calidad, en gran parte usan las técnicas de la observación para medir el rendimiento de sus colaboradores y la Gestión de Calidad contribuya en un mejor beneficio del establecimiento para alcanzar sus metas y objetivos, las representantes encuestados manifiestan que conocen el termino de atención al cliente, manifestaron que si aplican la gestión de calidad con sus clientes. Los representantes dieron a conocer que si se da una buena atención a los clientes estos regresaran y recomendaran el servicio recibido, también dieron a conocer que las herramientas de la comunicación son muy favorables para un buen servicio de calidad.

Se encontró que una buena atención personalizada crea mucha fidelidad a las micro y pequeñas empresas y sumando una buena atención a los clientes genera un nexo fuerte entre los clientes y las organizaciones y esto lleva a una buena rentabilidad y permanencia en el rubro, a los representantes encuestados negaron tener una mala atención al cliente, manifestaron brindar una excelente atención a sus clientes creando clientes satisfechos.

Recomendaciones

- ✓ En la calidad de atención al cliente se recomienda a los encargados de las Mypes buscar estrategias de mejora para un buen desarrollo de la atención con los clientes, las capacitaciones es base fundamental para el crecimiento de la organización y esto debe ser continuado.
- ✓ Los encargados de Mypes deben capacitarse en gestión de calidad para alcanzar la satisfacción de sus clientes. Esto conlleva a la rentabilidad y una buena imagen del establecimiento.
- ✓ Se sugiere a los encargados que en su mayoría son los dueños contar con personal capacitado en el aérea para un buen desarrollo de imagen y confianza con los clientes marcando la diferencia de que se da la mejor asesoría en el servicio.
- ✓ Crear herramientas de medición tanto para los colaboradores como los clientes, para tener en claro lo que hace falta en el servicio e ir implantando las sugerencias detectadas, creando así una retroalimentación en la organización.

Referencias

- Altamirano Arboreda , H. X. (2014). Tesis de Grado previo a la Obtención del Título de Ingeniero en Dirección y Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Recuperado de <https://docplayer.es/45265392-Universidad-regional-autonoma-de-los-andes-uniandes-facultad-de-direccion-de-empresas-carrera-de-empresas-turisticas-y-hoteleras.html>
- Antunez Carrillo, M. N. (2017). Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas en el sector servicios rubro restaurantes de la ciudad de Huarney, año 2017. Recuperado de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_e3c64c4f4be0dbcaf05b280821219a9b
- Bazan Chambi, A. (20016). Las Mypes y su aporte al crecimiento economico de Bolivia periodo 2002-2012. LA PAZ BOLIVIA: TESIS. Recuperado de doi:GOOGLE
- Botia & Rivera, OLiveth & Diana. (2008). Propuesta de Mejoramiento para el servicio al cliente del Grupo Uniphan, Bogota. Recuperado de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4111/T11.08%20B657p.pdf>
- Calderón Neyra . (2006). Elementos del servicio al cliente. Gestipolis. Recuperado de <https://www.gestipolis.com/elementos-del-servicio-al-cliente/>
- Chang Figueroa, J. J. (2014). Atencion al Cliente en los Servicios de Malacatan San Marcos. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/365694947>
- Española, L. R. (2019). Academia Peruana de la Lengua. Recuperado de <http://www.rae.es/academias/academia-peruana-de-la-lengua>
- Estrada Vera, W. (2007). Servicio y Atención . (H. e. 2007-02203, Ed.) Lima-Peru: Unidad de Coordinación del Proyecto Mejoramiento de los Servicios de Justicia. Recuperado de <http://historico.pj.gob.pe/CorteSuprema/cij/documentos/ServicioAtencionCliente110708.pdf>

- Excelencia, B. d. (2019). Isotools Excellence. Plataforma Tecnologica para la Gestión de la Excelencia. Recuperado de <https://www.isotools.org/2015/05/07/como-elaborar-un-plan-de-mejora-continua/>
- Garcia Garrido, L. C. (2011). Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del banco Ripley Perú S.A. - Agencia Mall Aventura Plaza, Trujillo, año 2011. Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/3890>
- Goodman, J. A. (2014). Atencion Estrategica al Cliente. Argentina: Osvaldo Pacheco .
- Hinostroza Trigoso, H. (2018). Gestión bajo el enfoque de Atención al Cliente, en las Mypes del sector servicio consultorios veterinarios, Distrito de Calleria, año 2018. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000047553>
- Infantes Gil, L. B. (2016). Gestión de la calidad de atención al cliente y su efecto en la satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de artículos de ferretería; caso de la empresa “consorcio servimport S.A.C.”, en la ciudad de Chimbote. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043955>
- Infantes, L. (2017). Gestion de Calidad de atencion al Cliente y su Efecto en las satisfacción en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio rubro-ventas minorista de" articulos de Ferreteria; caso de la Empresa "Consorcio Servimport S.A.C" en la Ciudad de Chimbote. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043955>
- Macias uribe, M. (2011). Los Sistemas de la Gestion de la Calidad. Ibague- Colombia: Leon Graficas Ltda.
- Melara, M. (2019). La Relacion entre la Calidad de Servicio y Satisfaccion al Cliente. Recupeado de <https://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/>

- Melendez, A. (2017). Propuesta de Implementacion del Sistema de Gestión de Calidad en la Industria Pesquera Segun la Norma ISO. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9337/Melendez_Alexandra_Gestión_Calidad_Pesquera_ISO_9001_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ocaña Zavaleta, K. M. (2016). Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, año 2016. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045559>
- Peresson, L. (2007). Sistema de Gestion de la Calidad con enfoque al Cliente. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/calidad-enfocada-cliente/calidad-enfocada-cliente.pdf>
- Revista Lebret. (2013). Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: propuesta para las grandes superficies. Recupeado de doi:GOOGLE
- Sánchez Barraza, B. J. (2006). Revistas de investigación UNMSM. Obtenido de Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433>
- Sanchez, B. (2012). Las Mypes en el Perú y su Importancia y propuesta Tributaria. Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433/4665>
- Saucedo, J. D. (2015). Micro, pequeñas y Medianas empresas y su Relacion con la Educacion financiera Tesis. Mexico D,F: TESIS. Recuperado de doi:GOOGLE
- Torres Noriega, G. K. (2017). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044822>

Vasallo Saldaña, T. (2016). Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045633>

Vicuña Honores , M. (2015). Calidad en la Atención y Lealtad de los clientes en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios-Rubro Hostales tres estrellas del distrito de Huanchaco. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041275>

Anexos

Anexo 01

18. Cronograma de actividades.

ACTIVIDADES	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
19. Elaboración de proyecto de tesis	X	X														
20. Presentación y aprobación de proyecto			X	X	X											
21. Ejecución de trabajo de campo						X	X									
22. Elaboración y presentación de resultados							X	X	X							
23. Elaboración de informe de tesis										X						
24. Evaluación anti-plagio											X					
25. Revisión de informe de tesis por DTI												X				
26. Corrección estadística												X				
27. Corrección de estilo													X			
28. Envío a comisión de investigación /DAR														X	X	
29. Pre-banca																
30. Empastado															X	
31. Sustentación																X

ANEXO 02

32.

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Bienes de consumo:			
Papel bond	1 millar	14.00	14.00
Lapiceros	2 unidades	1.50	3.00
USB	33.unidad	24.00	24.00
Folder	24.unidades	1.50	3.00
Cuaderno	1 unidad	4.50	4.50
Otros	O	40.00	40.00
Total, de bienes		85.50	88.50
Servicios:			
Internet	0	0	0
Pasaje	10	3.00	30.00
Impresiones	100 unidades	0.30	30.00
Copias	100 unidades	0.20	20.00
Pago por Asesoramiento	O	O	0
Matricula	4	625.00	2500.00
Anillado	3	15.00	45.00
Total, de servicios	1 unidad	500.00	500.00
		1,143.50	3,245.00
Total, general		1,229.00	3,213.5

ANEXO 3 POBLACIÓN

ÍTEM	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
1	ÓPTICA Vásquez	Jirón Bolívar 470 - 472
2	Óptica Shelem	Jirón Bolívar 464
3	Óptica Bolívar	Jirón Bolívar 385
4	Óptica Luz	Jirón Bolívar 435 Ofc.206 – B
5	Centro Óptico Bolívar	Jirón Bolívar 371
6	Thanku ópticas	Jirón Bolívar 435
7	Ópticas Miradas	Jirón Bolívar 389
8	Saldaña Ópticas	Jirón Bolívar 473
9	Óptica Cristalino	Jirón Bolívar 419
10	Óptica Latina	Jirón Bolívar, 460
11	Ópticas Rojas	Jirón Bolívar 355
12	Óptica Innovalents	Jirón Bolívar 453
13	Óptica Alta Visión	Jirón Bolívar 372
14	Óptica Belen	jirón Bolívar 323
15	Óptica Luivision	jirón Bolívar 421
16	Óptica Retina	jirón Bolívar 411
17	Óptica Gamma Visión	jirón Bolívar 466
18	Óptica Lorenty	jirón Bolívar 458
19	Óptica Matos	jirón Bolívar 487
20	Óptica Millens	jirón Bolívar 489

ANEXO 4

MUESTREO

ÍTEM	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
1	ÓPTICA VÁSQUEZ E.I.R.L. J	Jirón Bolívar 470 - 472
2	Óptica Shelem	Jirón Bolívar 464
3	Óptica Bolívar	Jirón Bolívar 385
4	Óptica Luz	Jirón Bolívar 435 Ofc.206 – B
5	Centro Óptico Bolívar	Jirón Bolívar 371
6	Thanku ópticas	Jirón Bolívar 435
7	Ópticas Miradas	Jirón Bolívar 389
8	Saldaña Ópticas	Jirón Bolívar 473
9	Óptica Cristalino	Jirón Bolívar 419
10	Óptica Latina	Jirón Bolívar, 460
11	Ópticas Rojas	Jirón Bolívar 355
12	Óptica Innova lents	Jirón Bolívar 453
13	Óptica Alta Visión	Jirón Bolívar 372
14	Óptica Belen	jirón bolívar 323
15	Óptica Luvivision	jirón Bolívar 421
16	Óptica Retina	jirón Bolívar 411
17	Óptica Gamma Visión	jirón Bolívar 466
18	Óptica Lorenty	jirón Bolívar 458
19	Óptica Matos	jirón Bolívar 487
20	Óptica Millens	jirón Bolívar 489

ANEXO 5

CUESTIONARIO



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ENTREVISTA

POBLACIÓN: ÓPTICAS DEL DISTRITO DE TRUJILLO, PROVINCIA

TRUJILLO, REGIÓN LA LIBERTAD.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio

– rubro Ópticas en el Jirón Bolívar cuadra 3y 4 Trujillo centro, año 2018.

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación descriptiva, por lo que se le agradece su veracidad y su valioso tiempo e información.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Rango que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Periodo de ejecución en el cargo

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

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

6. Período de constancia de la empresa en el sector

- 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. Los colaboradores que ocupan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce usted el termino Gestión de Calidad?

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

11. ¿Qué métodos modernos de la Gestión de Calidad conoces?:

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

12. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la inserción de la Gestión de Calidad?

- a) bajo ímpetu
- b) Preparación tardía
- c) No se ajusta a la formación
- d) Falta de conocimiento del cargo
- e) Otros

13 ¿Que método de medición de beneficios conoces?

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

14. ¿La Gestión de Calidad Contribuye con la mejora de la utilidad del Negocio?

- a) Si
- b) No

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

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

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al consumidor?

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

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

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

18. ¿Piensa que la atención al consumidor es importante para que el consumidor vuelva a la organización?

- a) Si
- b) No

19. ¿Herramientas que utiliza para un servicio de calidad?

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

20. ¿Principales factores para la calidad del servicio que brinda?

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

21. ¿La atención que brinda al consumidor es?:

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

22 ¿porque considera usted que está dando una mala atención al consumidor?

- a) No tiene suficiente personal.
- b) Por una mala organización de los trabajadores.

23 ¿qué ganancias pudo visualizar aplicando una buena atención al consumidor?

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

ANEXO 07

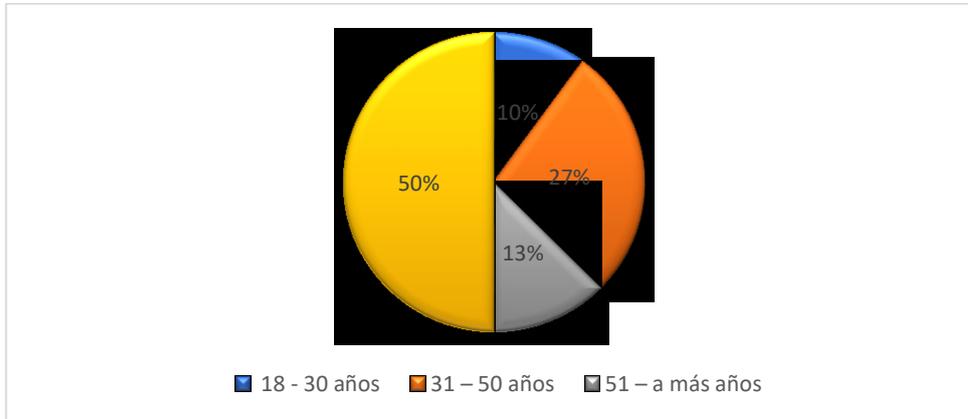


Figura 1. Edad del encuestado de las micro y pequeñas empresas

Fuente Tabla 1

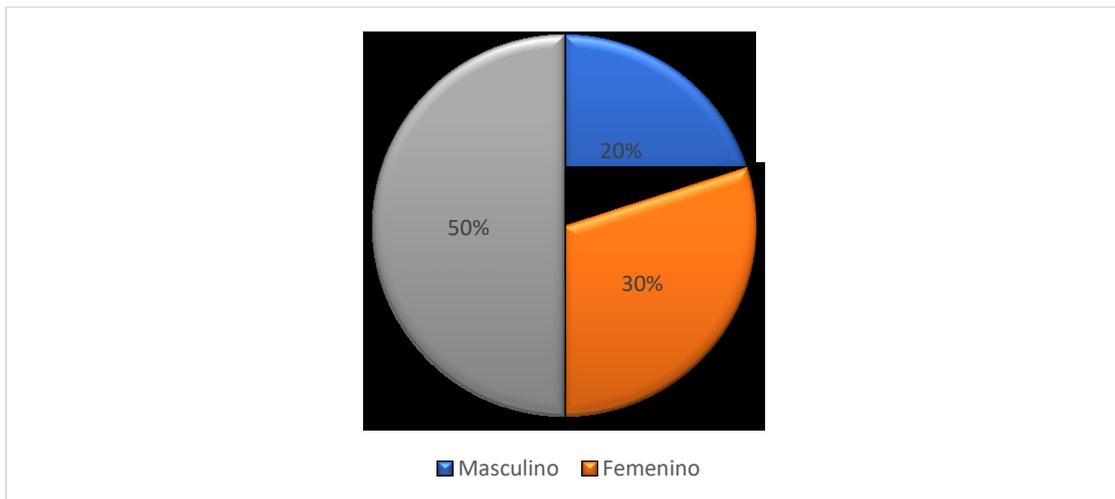


Figura 2. Genero del encuestado de las micro y pequeñas empresas

Fuente Tabla 1



Figura 3. Rango de formación de los encargados de las micro y pequeñas empresas

Fuente Tabla 1

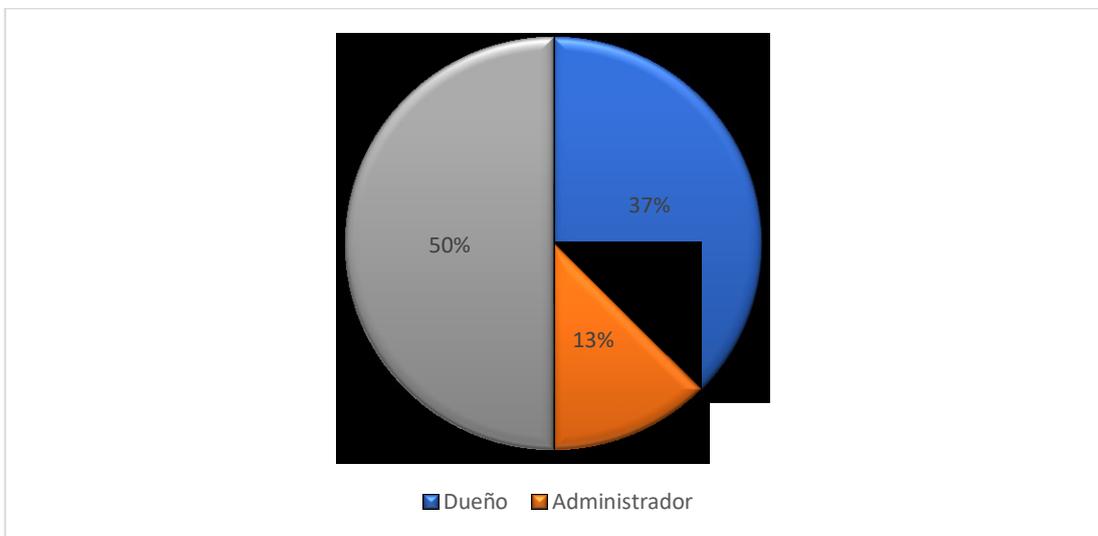


Figura 4. Rango que desempeñan los representantes de las micro y pequeñas empresas

Fuente tabla 1

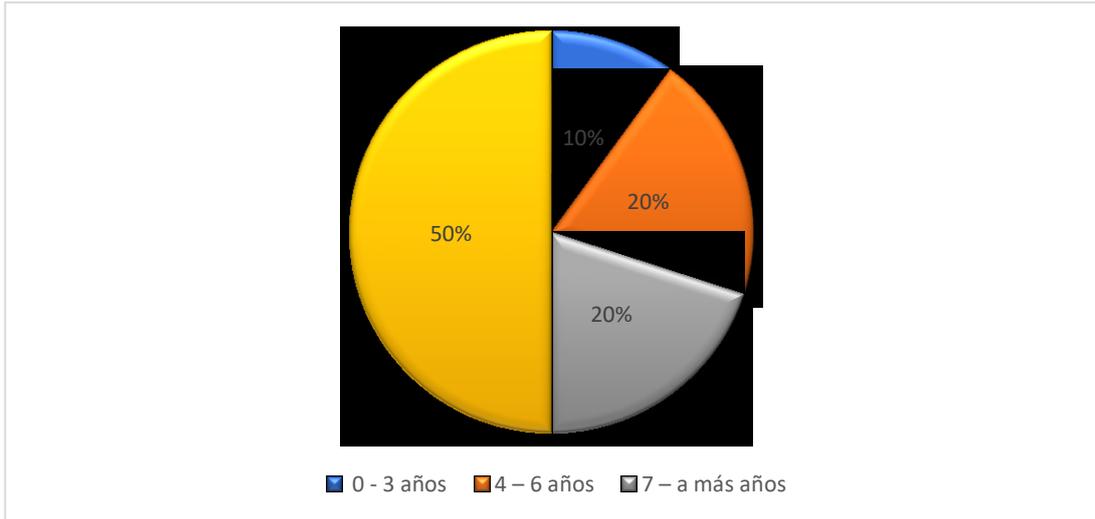


Figura 5. Periodo de ejecución el cargo los representantes de las micro y pequeñas empresas

Fuente Tabla 1

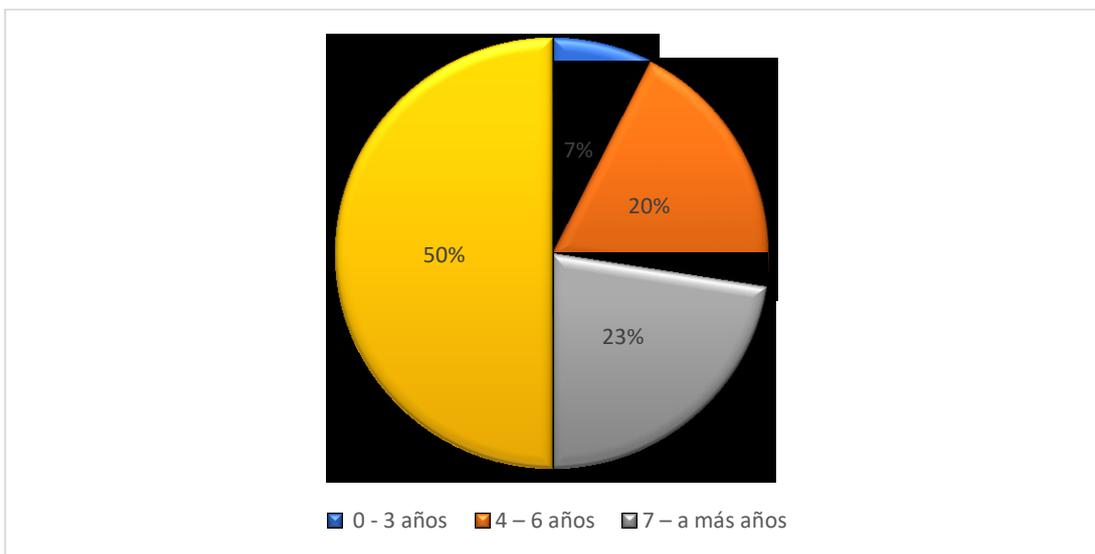


Figura 6. Período de constancia de la empresa en el sector

Fuente Tabla 2



Figura 7. Cantidad de colaboradores

Fuente Tabla 2

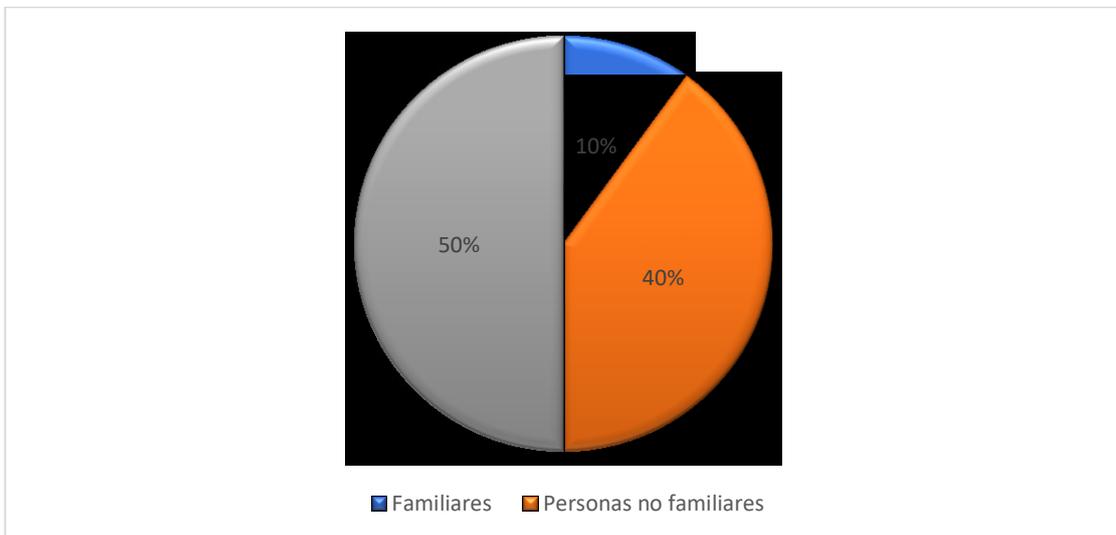


Figura 8. Los colaboradores que ocupan en su empresa son:

Fuente Tabla 2

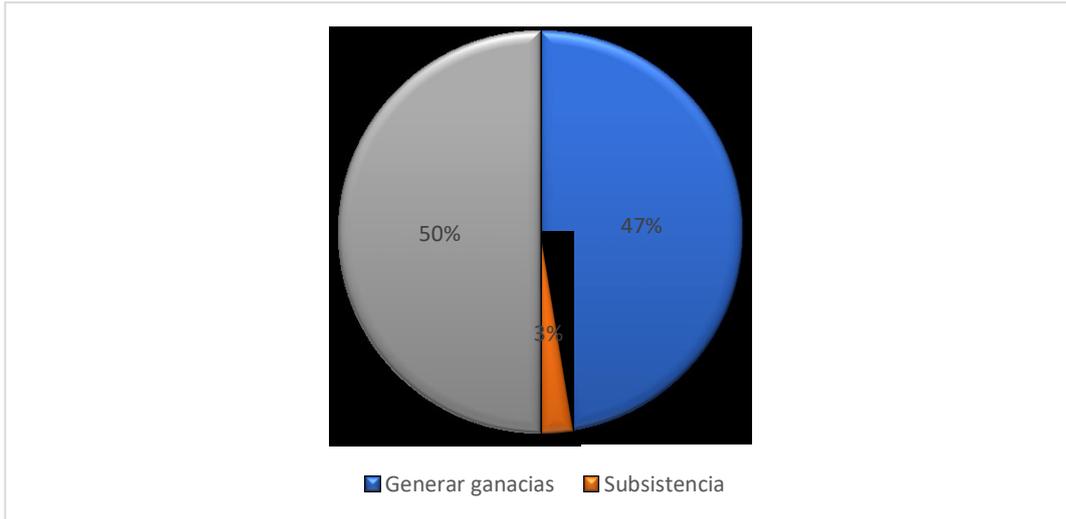


Figura 9. Objetivo de la creación de la micro y pequeña empresa
Fuente Tabla 2

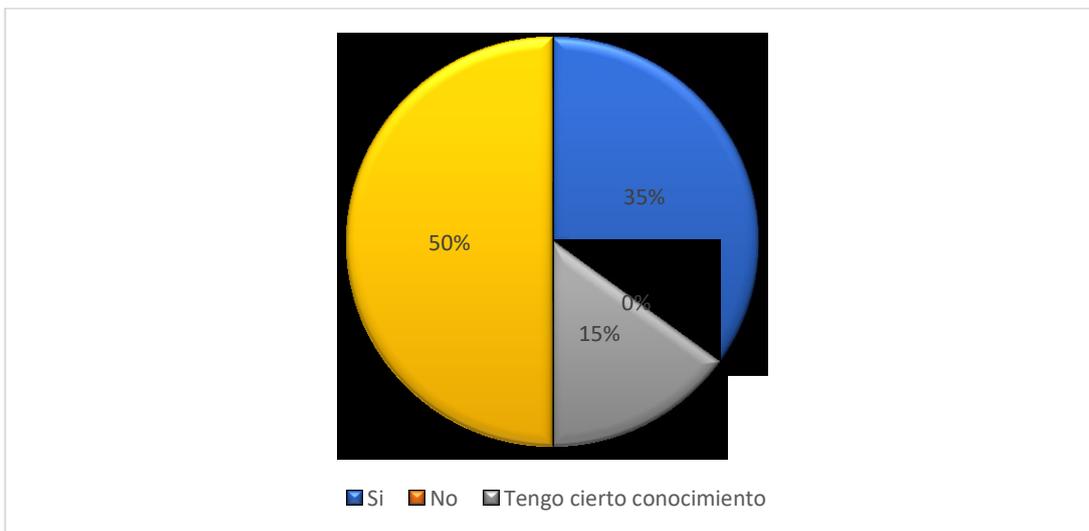


Figura 10. Conoce usted el termino Gestión de la Calidad
Fuente Tabla 3

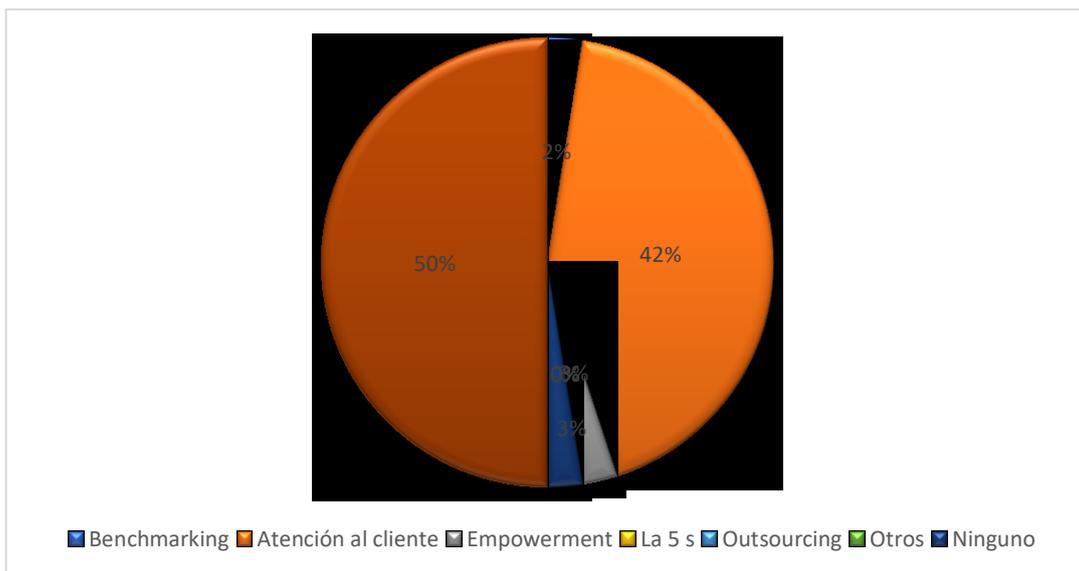


Figura 11. Que métodos modernos de la gestión de calidad conoce

Fuente Tabla 3

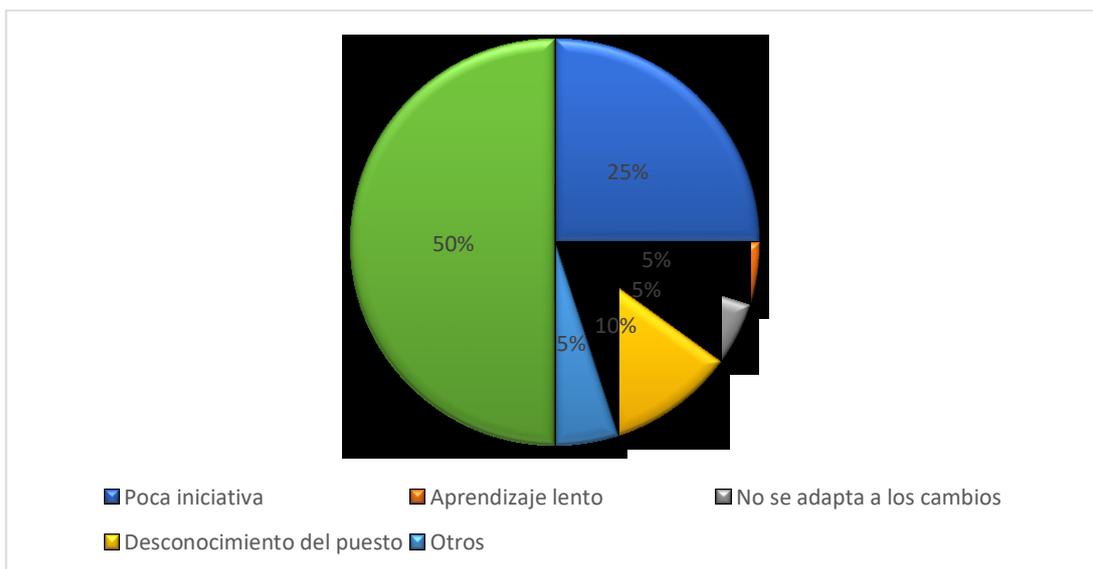


Figura 12. Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la inserción de la Gestión de Calidad

Fuente Tabla 3

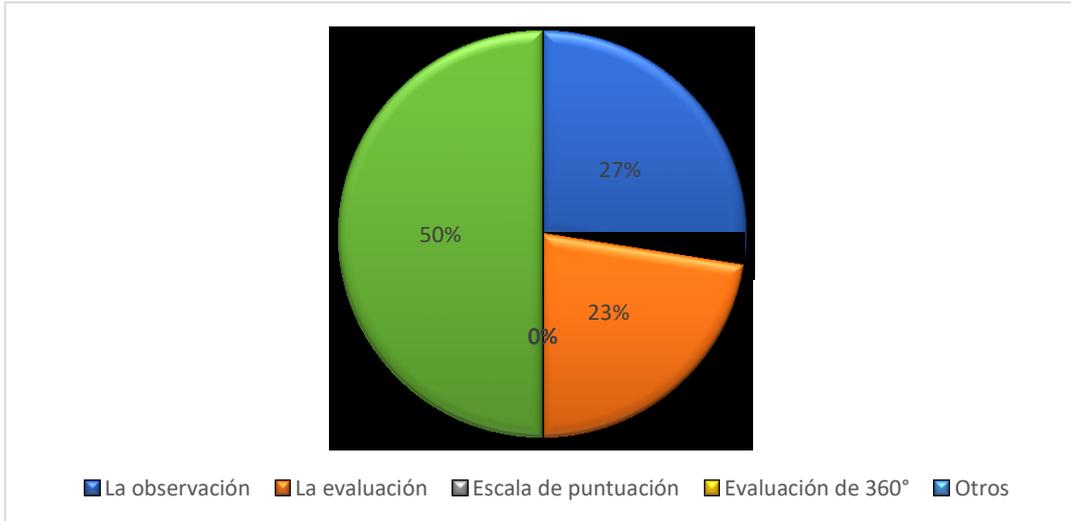


Figura 13. Que método de medición de beneficios conoces

Fuente Tabla 3

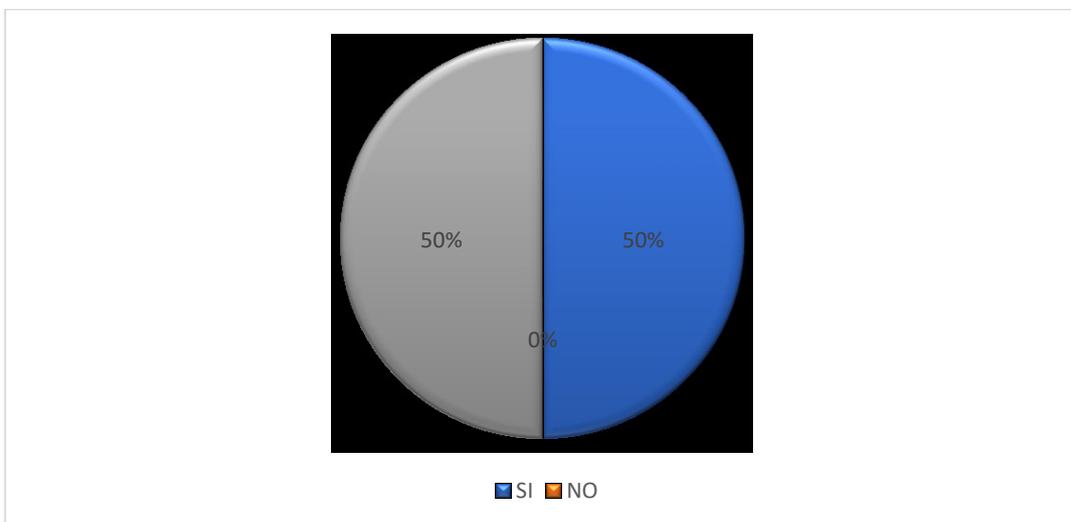


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar la utilidad del negocio

Fuente Tabla 3

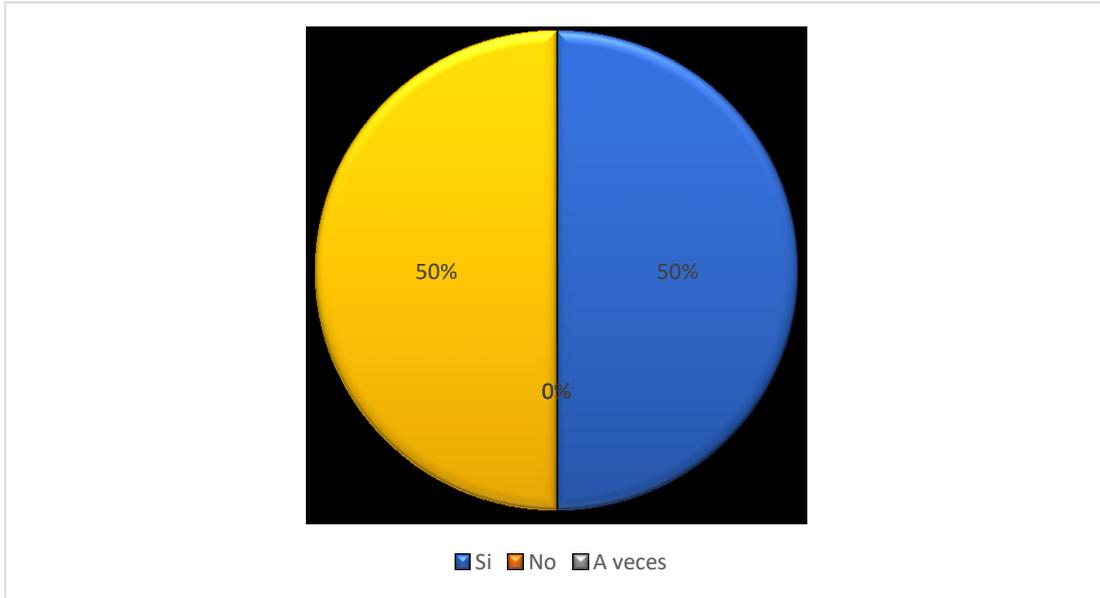


Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa

Fuente Tabla 3

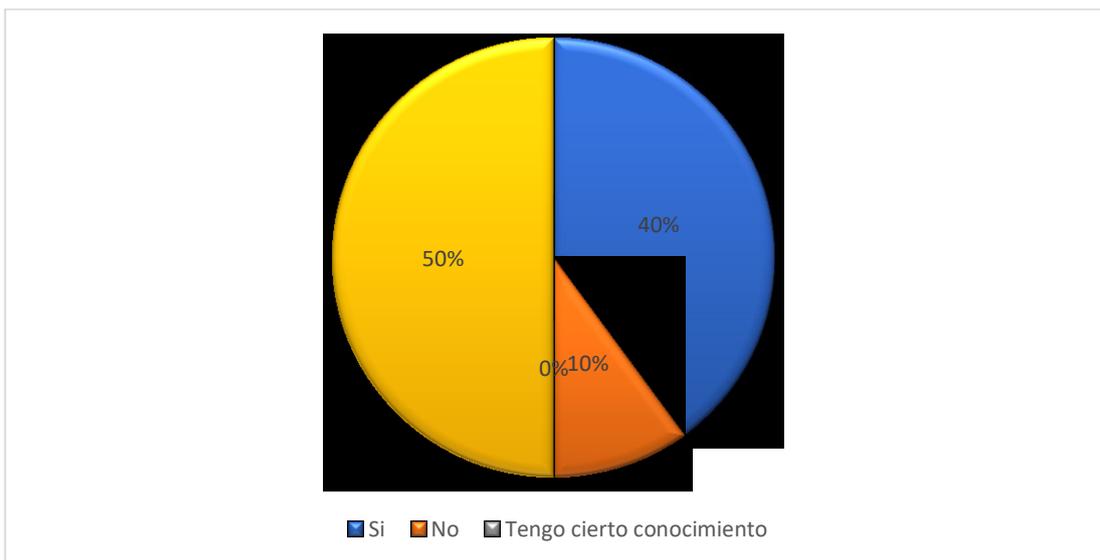


Figura 16. Conoce el termino atención al consumidor

Fuente tabla 3

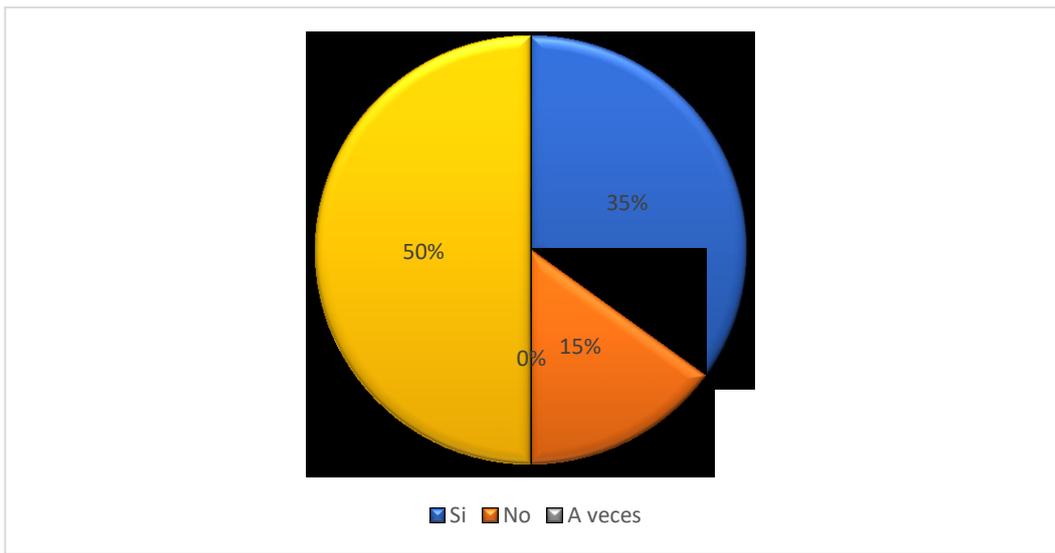


Figura 17. Aplica la Gestión de Calidad en el Servicio que Brindas a tus consumidores
Fuente Tabla 3

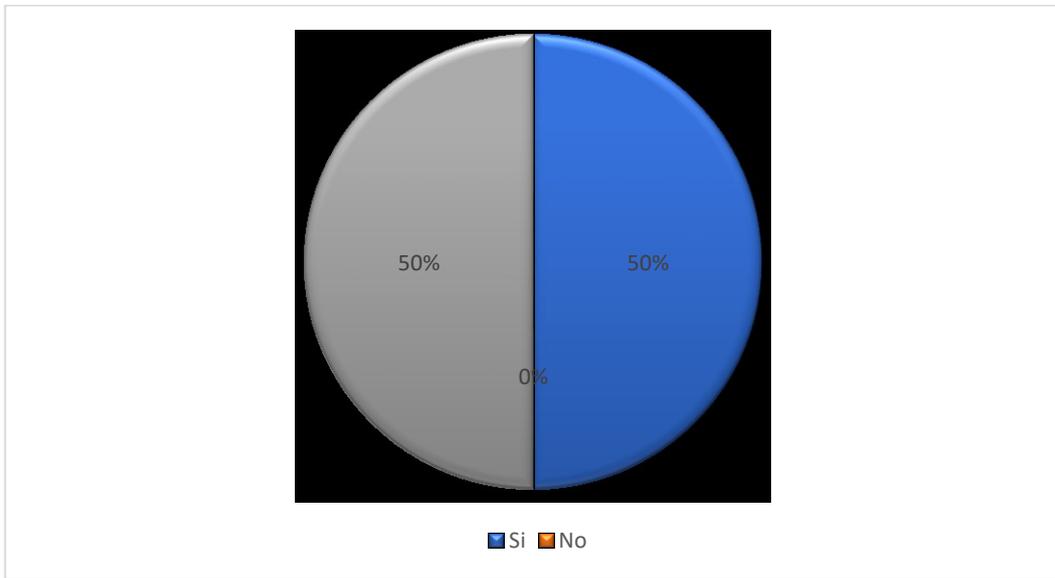


Figura 18. Piensa que la atención al consumidor es importante para que el consumidor vuelva a la organización
Fuente Tabla 3

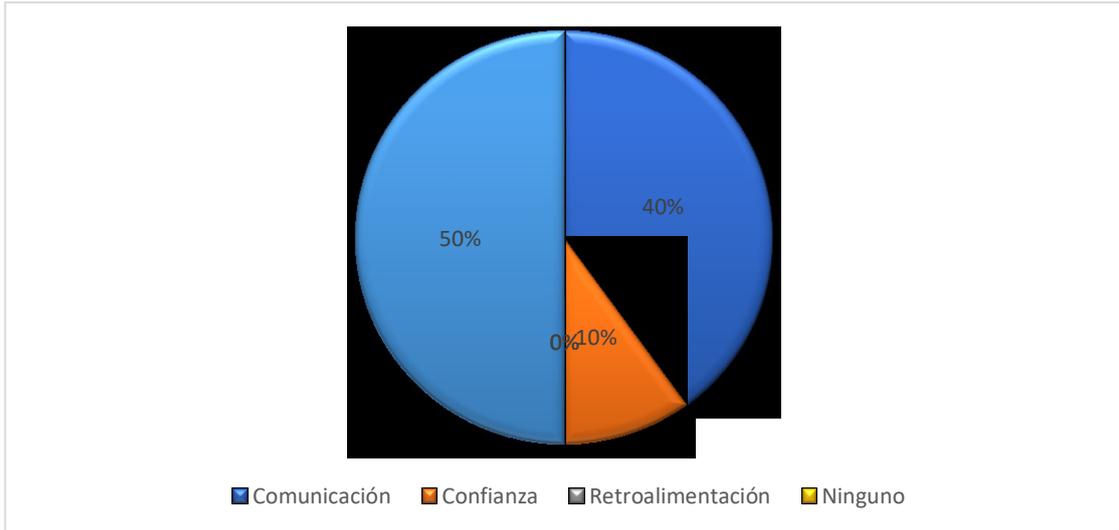


Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad
Fuente Tabla 3

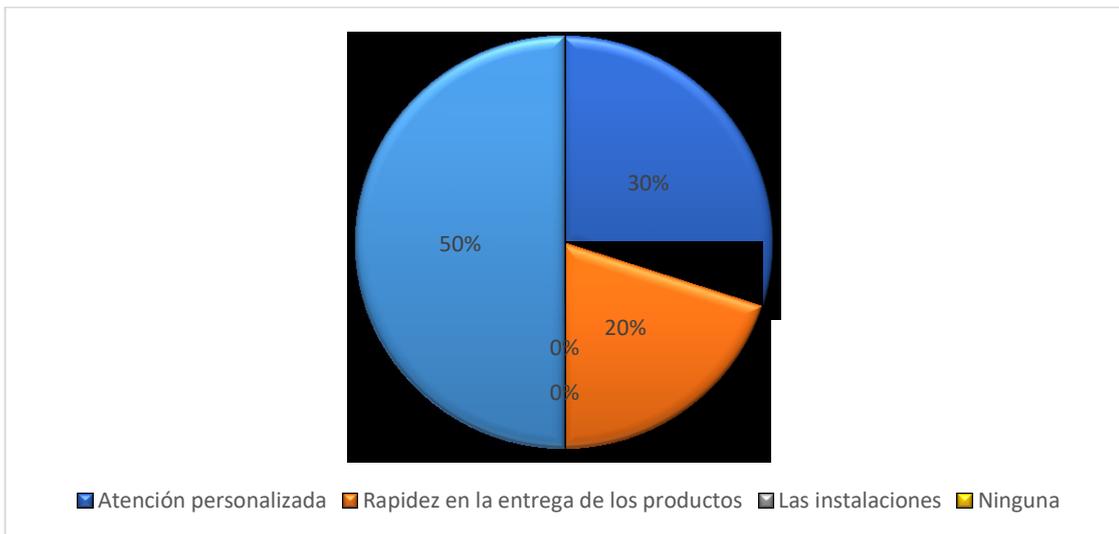


Figura 20. Principales factores para la calidad del servicio que brinda
Fuente Tabla 3

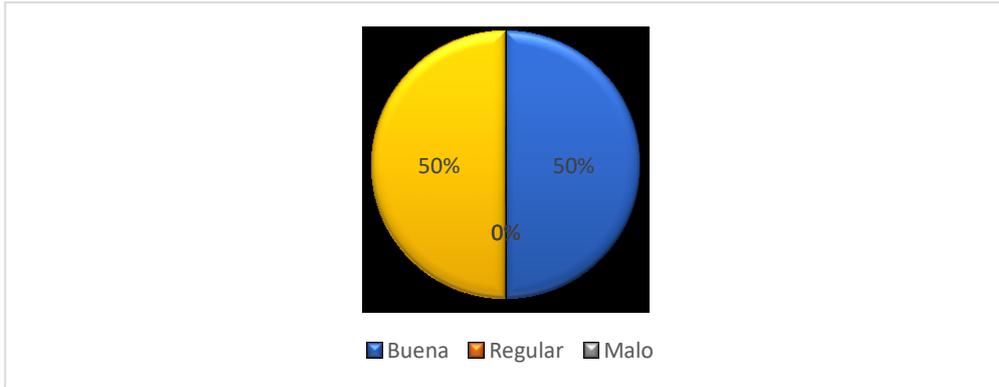


Figura 21 La atención que brindan a los consumidores

Fuente Tabla 3

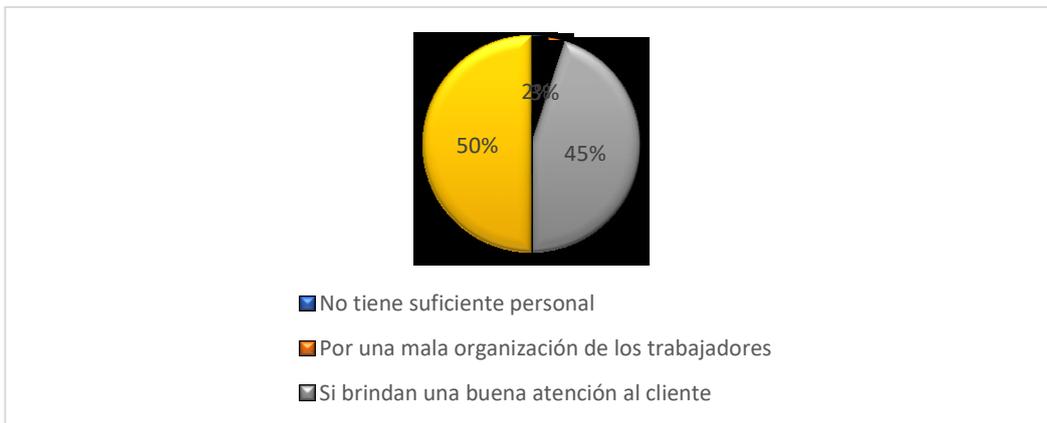


Figura 22 Porque considera usted que está dando una mala atención al consumidor

Fuente Tabla 3

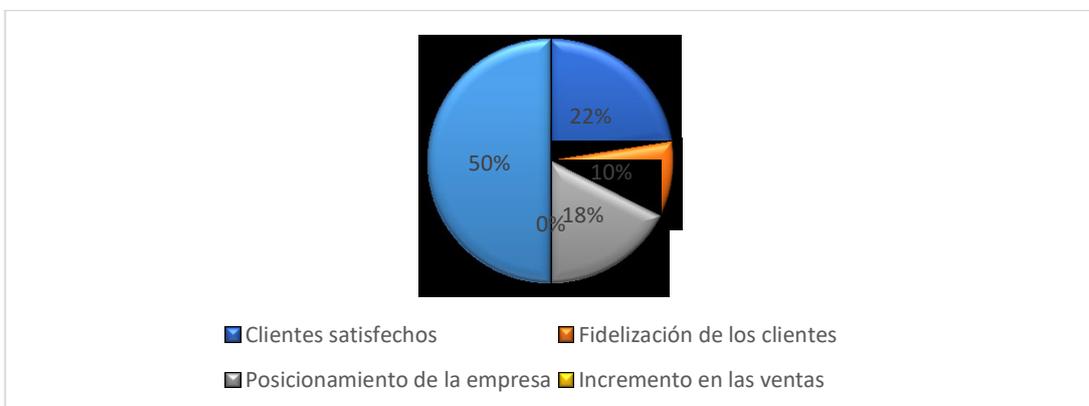


Figura 23. Qué ganancias pudo visualizar aplicando una buena atención al consumidor

Fuente Tabla 3