



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE LA CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE
Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS – RUBRO
IMPRENTAS, CERCADO DE TRUJILLO, AÑO 2018

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

AUTORA:

Bach. SHEILA SANDOVAL ESPINOZA

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

A Dios Todopoderoso, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado la vida para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor

También en ese momento recordamos que esto no lo hubiera podido lograr sola pues muchas veces, nos desanimábamos, perdíamos el entusiasmo, pero nuestra familia, incluso nuestro asesor de tesis y toda esa gente que de una manera u otra siempre estuvo a nuestro lado apoyándonos y dándonos ánimos para continuar hasta el final.

DEDICATORIA

A mi padre y a mi madre que están en el cielo porque me enseñaron lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño para lograr mis objetivos.

A mi esposo y a mi hija por creer en mí y darme la ayuda para no desfallecer en el intento, mis logros son de ellos.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo: determinar las principales características de la gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en la micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018. El diseño de la investigación fue no experimental, transversal y descriptivo, para realizarla se escogió una población muestral de 18 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: el 77.78% son de sexo masculino, el 55.56% cuentan con personal no familiar, el 61.11% conocen el termino gestión de calidad, el 72.22% conocen la técnica de atención al cliente, el 50.00% que la observación es la principal técnica para medir el rendimiento del personal, el 94.44% que la gestión de la calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 72.22% manifestó que la gestión de la calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados, el 88.88% si conoce el termino de atención al cliente, el 66.66% si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 44.45% manifestó que la atención personalizada es el principal factor para la calidad del servicio que brinda. Se llega a la conclusión de que las Mypes involucradas conocen el término gestión de calidad pero desconocen técnicas modernas de gestión de calidad que les permitiría mejorar la atención a los clientes, se hace necesario desarrollar capacitaciones en temas específicos.

Palabras claves: Atención, calidad, gestión e imprentas.

ABSTRACT

The present work of investigation had as aim: determine the principal characteristics of the management of the quality in consideration of the client and plan of improvement in the micro and small enterprises of the sector services - item presses, enclosure of Trujillo, year 2018. The design of the investigation was not - experimental, transverse and descriptive, to realize it there was chosen a sample population of 18 microcompanies, to whom there was applied a questionnaire of 23 questions, using the technology of the survey, the following results being obtained: 77.78 % is of masculine sex, 55.56 % possesses not familiar personnel, 61.11 % knows the term quality management, 72.22 % knows the technology of attention to the client, 50.00 % that the observation is the principal technology to measure the performance of the personnel, 94.44 % that the management of the quality if it helps to improve the performance of the business, 72.22 % demonstrated that the management of the quality if it helps to reach the aims and goals planned, 88.88 % if there knows the term of attention to the client, 66.66 % if it applies the quality management in the service that drinks to his clients 44.45 % demonstrated that the personalized attention is the principal factor for the quality of the service that drinks. It comes near to the conclusion of which the involved Mypes know the term quality management but do not know modern technologies of quality management that would allow them to improve the attention to the clients, it becomes necessary to develop trainings in specific topics

Key words: Attention, quality, management and printing.

CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS.....	i
HOJA DE LA FIRMA JURADO EVALUADOR.....	ii
HOJA DE AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA	iii
RESUMEN Y ABSTRAT	v
CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	12
III. HIPÓTESIS	42
IV. METODOLOGÍA.....	43
4.1. Diseño de la investigación	43
4.2 Población y muestra.....	43
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	44
4.4 Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos	47
4.5 Plan de análisis.....	48
4.6 Matriz de consistencia	49
4.7 Principios éticos	50
V. RESULTADOS.....	51
5.1. Resultados	51
5.2 Análisis de resultados y discusión	56
VI. CONCLUSIONES.....	66
Aspectos complementarios	69
Referencias.....	70
Anexos	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1. Principales características de los representantes de las Mypes del sector servicios - rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018	51
Tabla2. Principales características de las Mypes del sector servicios - rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018	52
Tabla3. Principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Mypes del sector servicios - rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018	53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad	77
Figura 2. Género	77
Figura 3. Grado de instrucción	78
Figura 4. Cargo que desempeñan en la empresa.....	78
Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo	79
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	80
Figura 7. Número de trabajadores	80
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa	81
Figura 9. Objetivo de creación	81
Figura 10. Conocimiento del termino Gestión de la Calidad	82
Figura 11. Conocimiento de técnicas modernas de la gestión de la calidad	82
Figura 12. Dificultades en los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad	83

Figura 13. Conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal	83
Figura 14. La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.....	84
Figura 15. La gestión de la calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa	84
Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente.....	85
Figura 17. La gestión de la calidad aplicada en el servicio a los clientes.....	85
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento	86
Figura 19. Conocimiento de herramientas para un servicio de calidad	87
Figura 21. Conocimiento de la atención que se brinda a los clientes	87
Figura 22. Razones porque se da una mala atención al cliente	88
Figura 23. Resultados de una buena atención	88

I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de los últimos años el Perú ha sido testigo de un rápido crecimiento de la estructura empresarial, la importancia de las Mypes a la economía nacional se refleja principalmente por su contribución en la generación de empleo y al valor agregado en las distintas actividades económicas.

En el sector servicio, rubro imprentas existen Mypes, creadas bajo la coyuntura familiar, las cuales, tienen falta de conocimientos gerenciales, éste problema de desconocer sobre gestión de calidad y la atención al cliente por parte de los propietarios y personal administrativo ocasiona la corta duración de éstas empresas en el mercado, les hace perder consumidores, afectando la rentabilidad y la imagen de la empresa y por ello urge que se desarrollen planes de mejora para aumentar su calidad de atención en particular del sector imprentas. Es por ello que la presente investigación se justifica porque permitirá determinar las principales características de los representantes, las principales características de las Mypes, además se justifica porque también permitirá determinar las principales características de la gestión de la calidad en atención al cliente y elaborar un plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro imprentas, cercado de Trujillo.

En la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental, descriptivo y transversal y se aplicó la encuesta para recoger información a través de la aplicación de un cuestionario en las Mypes del sector servicio- rubro imprentas, Cercado de Trujillo, 2018.

Según el portal Interfaz de negocios (2014) actualmente en México existen alrededor de 21,500 empresas dedicadas a las artes gráficas, contando con más de 180 mil trabajadores que representan el 3.9% de la ocupación total de las industrias manufactureras, Héctor Cordero Popoca, presidente nacional de CANAGRAF, señaló que era preocupante la tendencia al cierre de empresas, que entonces sumaban 2 mil, lo que representó la pérdida de más de 150 mil empleos en todo el país en sólo los últimos cuatro años. Uno de los obstáculos a los que se enfrenta es que anualmente entran a México productos impresos, la mayoría de origen chino, lo que ha provocado la desaparición del 20% de la industria, así mismo, la mala atención al cliente, la piratería y la competencia desleal provocan que los empresarios pierdan clientes y bajen sus precios.

Según el portal Economía y Negocios de Chile (2013) indican que la mala atención al cliente en las empresas es el dolor de cabeza de los consumidores. Los versados afirman que los empresarios no invierten en esta área, a lo que se suman expectativas insatisfechas de los clientes. Clientes que ahora están exigiendo sus derechos y una desconfianza generalizada se conjugaron para que los consumidores se sientan cada vez más insatisfechos con el servicio que reciben. Las industrias con mala calidad son: internet banda ancha móvil, restaurantes, el transporte público, las empresas de seguridad, las autopistas urbanas y las AFP, con menos de 30% de satisfacción. Otro problema identificado en las empresas de Chile es que los productos y servicios son muy parecidos, entonces, la diferencia que marcará una fortaleza para la empresa estará orientada en la búsqueda de la calidad de una gestión enfocada al cliente. En Chile son pocas las empresas que han entendido que la atención al cliente es la variable diferenciadora y estratégica que permitirá salir de este problema.

Según el Observatorio Laboral Venezolano (2011) menciona respecto a la atención al cliente lo siguiente: "Hoy día, la atención al cliente es una acción desarrollada por las empresas orientadas a satisfacer las necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitiva. "El cliente es el actor principal y el factor más significativo en el juego de los negocios". Así mismo menciona que los enfoques modernos que se dan en las diferentes organizaciones, se valora que, para tener éxito en la atención al cliente, existen elementos que la empresa debe tener muy en cuenta, como son el liderazgo, eficiencia en sus procesos, capital humano, cultura organizacional, la cual debe estar bien precisada para que sus integrantes comprendan la misión y visión de la empresa, de esta forma los trabajadores al sentirse identificados y motivados a ejecutar sus actividades con calidad, esto influye positivamente en la atención a sus clientes, tanto internos como externos. Uno de los puntos más importantes para lograr competitividad, es identificar las posibles fallas en el sistema de atención al cliente, mejorar en forma permanente los procesos y controlar su ejecución de la manera más eficiente posible. Es ineludible que la atención al cliente sea de la más alta calidad, información veraz, concreta y precisa, con un nivel de atención conveniente para que los clientes que toman la información, no solo tengan una idea de un producto, sino además de la calidad del capital humano y técnico con el que va a establecer una relación comercial.

La Escuela de Administración de Negocios ESAN (2018) respecto de cómo mejorar la atención al cliente en las empresas peruanas, menciona que existen problemas en la mentalidad de muchos empresarios, que solo buscan cubrir sus propias necesidades del corto plazo como son los procesos, costos y recursos y no piensan en la satisfacción del cliente en el largo plazo, es decir, no se enfocan bien y buscan

solucionar sus propios beneficios sin importarles lo que el cliente necesita, que es calidad en la atención, por lo tanto no logran diferenciarse de la competencia con productos y servicios que logren ventajas competitivas, entendiendo que son los clientes quienes crean utilidades en las organizaciones.

Así mismo, menciona la importancia de entender que los clientes son sin duda quienes generan oportunidades de negocios por lo tanto la organización se debe a ello y por lo que se debe buscar la satisfacción total de sus necesidades y expectativas solucionando sus problemas por todo los procesos que pasan, en la búsqueda de los servicios de calidad en la atención al cliente, los clientes buscan cordialidad en el trato, protocolos establecidos en las organizaciones, procesos de calidad estandarizadas, saludo y trato amable, personal bien vestido, rapidez en la atención de quejas, eficiencia en el servicio y buena infraestructura.

Un problema neurálgico en las empresas de nuestra realidad es que no miden la satisfacción de atención al cliente en sus organizaciones, por lo tanto, no cuentan con información valiosa para tomar decisiones y elaborar estrategias eficientes en la identificación y solución de problemas para satisfacer las expectativas de los clientes.

Según el portal RPP (2016) menciona respecto a la calidad en la atención al cliente "Aunque el cliente no siempre tiene la razón, el trato que le brindes debe dejarlo más que satisfecho para que confíe plenamente en tu marca". Así mismo, refiere que el diseño de un modelo organizacional no puede desatender un aspecto fundamental: la atención al cliente, velar de ella implica concientizar a cada uno de los empleados para orientar su actitud y comportamiento en pos de ofrecer un buen servicio. Cuando un cliente llega a la organización, adquiera o no el producto o servicio, debe ser tratado

con la mayor amabilidad. Una actitud poco amable de parte de un empleado, puede influir negativamente en la imagen y rentabilidad de la organización. Por ello es importante que, en las organizaciones, sea pequeña, grande o mediana, se establezca políticas de atención al cliente que contemplen no solo las condiciones más óptimas, sino también situaciones críticas y de resolución de problemas.

Según el Resultado de la Encuesta de Micro y Pequeña Empresa, INEI (2013) las Mypes del sector cuentan con estadísticas que comprometen la gestión de atención al cliente las cuales, nos muestra que en la provincia de Trujillo el 50.3% de las micro y pequeñas empresas declararon que NO tienen Licencia Municipal de Funcionamiento, ello habla de un alto grado de informalidad del sector, además respecto al nivel de estudios el 36,1% de los informantes revelaron haber concluido secundaria completa, lo cual, refleja el poco conocimiento de herramientas administrativas orientadas en la atención al cliente, luego respecto al cargo del informante, en la ciudad de Trujillo el 61,6%, se identificaron como propietario, el 16,4% declaró ser administrador, mientras que el 14,4% se identificó como gerente, esto refleja que los cargos de las Mypes del sector son de corte familiar con poco conocimiento técnico de atención al cliente, así mismo, en el año 2013 en la ciudad de Trujillo, el 20,5%, de los conductores de las micro y pequeña empresas declararon que habían participado en cursos de capacitación relacionados con la gestión empresarial, los cursos que registraron mayor asistencia fueron formalización (19,0%), calidad (6.3%),y atención al cliente (12.9%).

En Trujillo cercado donde se realizó la presente investigación, existen micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de imprentas, así mismo, es importante mencionar que existen un gran número de Mypes dedicadas a brindar servicios

gráficos que recurren a las imprentas para poder brindar sus servicios, en este escenario se halló un gran apogeo y también de empresarios que apuestan por este negocio, pese a ello se desconoce si éstas Mypes orientan sus esfuerzos en la gestión de atención al cliente ya que en la actualidad no se cuenta con información institucional y gremial que mida indicadores de satisfacción en la atención al cliente, así mismo, la presencia de muchas Mypes concentradas en un mismo sector origina que los empresarios busquen beneficios de corto plazo sin orientar sus esfuerzos en la gestión de atención al cliente entendiendo que su satisfacción total origina rentabilidad en las empresas, para ello se les debe brindar un servicio diferenciado apostando por la calidad. Por lo que se planteó el siguiente problema de investigación:

¿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 servicios – rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018?

Para resolver y dar respuesta a este problema de investigación, se planteó el siguiente 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 servicios - rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

Y para lograr el objetivo general se ha planteado los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

- Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.
- Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.
- Elaborar un plan de mejora sobre la aplicación de una gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

La presente investigación se justifica porque nos permitió determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del servicio imprentas. Por otro lado, se justifica porque permitió conocer a nivel exploratorio las principales características de las micro y pequeñas empresas que aplican la atención al cliente en el ámbito del estudio.

Se justifica porque nos permitió conocer las principales características de las micro y pequeñas empresas que aplican la gestión de calidad y atención al cliente para su crecimiento y desarrollo. Además, se justifica porque nos permitirá elaborar un plan de mejora de la gestión de la calidad en atención al cliente que permitirá a los gerentes mejorar la gestión de calidad en atención al cliente para ser más competitivos y de éxito en el mercado

También se justifica porque beneficiará a la comunidad empresarial y a los emprendedores proporcionándoles conocimientos sobre los beneficios de la aplicación de la gestión de calidad en atención al cliente en sus micro y pequeñas empresas.

Se justifica porque esta investigación servirá a los empresarios, a los estudiantes, a la sociedad y además servirá de base para realizar otras futuras investigaciones sobre la aplicación de una gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas.

Esta investigación, tiene un impacto positivo en la sociedad aportando un nuevo conocimiento en la gestión de las Mypes, siendo viable su ejecución en beneficio de las micro y pequeñas empresas bajo los principios éticos de confidencialidad y respeto a la persona humana.

En la presente investigación se usó, investigación cuantitativa, descriptiva, diseño no experimental, transversal, la población fue de 18 empresas, se aplicó una encuesta y se utilizó un cuestionario de 23 preguntas.

De la investigación realizada se logró obtener los siguientes resultados: en cuanto a la gestión de calidad y atención al cliente, el 61.11% conocen el termino gestión de calidad, el 72.22% conocen la técnica de atención al cliente, el 50.00% manifestó que la observación es la principal técnica para medir el rendimiento del personal, el 94.44% manifestó que la gestión de la calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 72.22% manifestó que la gestión de la calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados, el 88.88% si conoce el termino de atención al cliente, el 66.66% si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 44.45% manifestó que la atención personalizada es el principal factor para la calidad del servicio que brinda y como conclusiones, la mayoría de los representantes encuestados tienen una edad de 31 a 50 años (61.11%), así mismo, la mayoría de los representantes encuestados son de sexo masculino (77.78%) y la mitad

de los representantes encuestados tienen un grado de instrucción Superior no universitaria (50.00%), de igual manera, la mayoría de los representantes encuestados son dueños (55.56%), luego la mitad de los representantes encuestados tienen un tiempo de desempeño en el cargo de 3 a 6 años (50.%) demostrándose en este rubro que existen empresarios con una madures empresarial, con muchos años en el mercado y se hace necesario contar con nuevos conocimientos superiores que conlleve a mejorar la gestión de calidad en atención al cliente.

La mayoría simple de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 7 a más años (44.44%), así mismo, la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. (66.66%), y la mayoría de las micro y pequeñas empresas cuentan con personal no familiar que trabaja en la empresa (55.56%), de igual manera, la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación el generar ganancias (83.33%), demostrando que en este rubro los empresarios que no están dispuestos a dejar de ser micro y pequeños empresarios, y se hace necesario salir de esta zona de confort.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron si conocer el termino gestión de calidad (61.11%), así mismo, la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron conocer la técnica moderna de gestión de calidad de atención al cliente (72.22%), y la mayoría simple de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron que la poca iniciativa es una de las dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad (44.44%), de igual manera, la mitad de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron que la observación es la principal técnica para medir el rendimiento del personal (50.00%), luego la mayoría

de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron la gestión de la calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio(94.44%), después, la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron la gestión de la calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa (72.22%), así pues, la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron que si conocen el termino de atención al cliente (88.88%),a continuación, a continuación la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron que si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes (66.66%), así mismo, la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron que si creen que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento (100%), y la mitad de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron que la comunicación es la principal herramienta que utilizan para un servicio de calidad (50.%), de igual manera, la mayoría simple de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron que la atención personalizada es el principal factor para la calidad del servicio que brinda (44.45%), luego, la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron que la atención que brinda a los clientes es buena (83.33%), después, la mayoría simple de los representantes de las micro y pequeñas empresas ante la pregunta porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente manifestaron que ellos si brindan una buena atención al cliente (38.89%), así pues , la mitad de los representantes de las micro y pequeñas empresas ante la pregunta que resultados han logrado brindando una buena atención al cliente manifestaron que lograron clientes satisfechos (50.00%), micro y pequeñas empresas, demostrándose entonces que las Mypes involucradas conocen el termino gestión de calidad pero desconocen técnicas

modernas de gestión de calidad que les permitiría mejorar la atención a los clientes, y se hace necesario desarrollar capacitaciones en temas específicos.

El trabajo de investigación cuenta con seis partes fundamentales: la primera, acerca de la introducción de la investigación, la segunda conocida como la revisión de la literatura, la tercera mostrando la hipótesis planteada, la cuarta se refiere a la metodología aplicada en la investigación, la quinta acerca de los resultados y finalmente la sexta que se refiere a los resultados de toda la investigación.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

Antecedentes

Carrasco (2010) en su tesis *Evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente en la hostería “Karen Estefanía” en la Ciudad de Guano, de la provincia de Chimborazo. Riobamba – Ecuador*, su problema fue: ¿Cuál es la influencia de la calidad en el servicio y atención al cliente en la hostería “Karen Estefanía” en la Ciudad de Guano, de la provincia de Chimborazo. Riobamba – Ecuador?, su objetivo de la investigación fue: evaluar la gestión de atención al cliente en la hostería Karen Estefanía en la ciudad de Guano, Provincia de Chimborazo. Con el universo de 124 clientes externos e internos a los cuales se aplicó las encuestas para saber la calidad de servicio que reciben en la hostería; mediante el método deductivo, descriptivo de corte transversal, de diseño no experimental, se evaluaron las siguientes variables, características sociodemográficas; calidad en el servicio y atención al cliente; obteniéndose los siguientes resultados: Características sociodemográficas un 75% de los clientes acuden a la piscina, sauna, turco, hidromasaje, el 25% de los clientes son turistas; calidad en el servicio, el 50% de turistas manifestaron que los servicios son de calidad, el 31% mencionaron que los servicios eran buenos; el 13% indicaron que los servicios son regulares; calidad en la atención, el 60% de los encuestados consideran que el personal está preparado para brindar una atención de calidad y el 40% manifestaron que falta conocimientos por parte del personal. En las conclusiones: Se recomienda brindar un servicio y atención de calidad mediante un sistema basado técnicas, reglas, tipos de servicios, cualidades, aptitudes y otros conocimientos básicos que se debe aplicar o ejecutar al momento que se brinda el servicio para que pueda cumplir con las expectativas del cliente y obtener su fidelidad.

Sánchez (2017) en su tesis *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger diner de Gualan, Zacapa*. Problema: ¿Cuál es la percepción de los clientes, sobre la calidad del servicio en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán?, Tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán, la investigación fue de tipo descriptivo, para su ejecución se planteó la metodología de ServQual de Zeithaml, Parasuraman y Berry lo que permitió la descripción, el registro, análisis, interpretación y medición de las variables de estudio: calidad de servicio al cliente; tuvo un nivel cuantitativo lo que permitió inspeccionar utilizando técnicas de conteo y medición; se manejó un diseño no experimental, transversal; se diseñaron dos cuestionarios, uno para medir las expectativas, con el cual se cuestionó a los clientes seleccionados de forma sistemática (70 clientes), al momento de llevarle el menú antes de que hicieran su orden. El segundo cuestionario fue para medir las percepciones, con el cual se cuestionó al mismo cliente al momento de llevarle la cuenta. Teniendo los siguientes resultados: Respecto a la caracterización de los clientes el 24% de los clientes dijo visitar el restaurante más de una vez por semana, el 23% una vez por semana, el 29% una vez cada dos semanas y el 24% una vez cada cuatro semanas. Los resultados promedio de las valoraciones de los clientes sobre las expectativas la cual muestra que la dimensión con la expectativa más alta es la confiabilidad (4.66), siendo esta la más cercana a 5, que en la escala Likert utilizada, representa el valor más alto; seguido está la dimensión de capacidad de respuesta (4.60), luego la dimensión de empatía (4.57), luego la dimensión de fiabilidad (4.53) y por último la dimensión de elementos tangibles (4.45). La expectativa más alta la obtuvo la dimensión de confiabilidad, lo que indica que para los clientes de Pizza Burger Diner Gualán, la seguridad sobre los productos y la

integridad del personal representa uno de los factores más importantes. Al efectuar el cálculo del índice de calidad del servicio, con las valoraciones de expectativas y percepciones, aplicando la fórmula del ICS, se obtuvo un valor de -0.18. Este valor por ser negativo, indica que no se han superado las expectativas de los clientes, por lo tanto, no existe satisfacción en los servicios recibidos. Se concluyó: Que, según la evaluación realizada, el Índice de Calidad del Servicio -ICS- en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán es de -0.18, lo que indica que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido. Se determinó que la brecha de insatisfacción promedio es de -0.17. En la cual la dimensión o variable con mayor insatisfacción corresponde a elementos tangibles (- 0.22), seguida por capacidad de respuesta (-0.21), empatía (-0.16), fiabilidad (-0.14) y confiabilidad (-0.13). Estos valores indican que en ninguna de las cinco variables o dimensiones se superan las expectativas de los clientes.

Melo (2017) en su estudio *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en el sector comercial, rubro ferreterías, clúster jr. 7 de junio Distrito de Calleria, año 2017*. Problema fue: ¿Cuál es la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, rubro ferreterías, clúster Jr. 7 de junio, distrito de Calleria año 2017? Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, rubro ferreterías, clúster Jr. 7 de junio, distrito de Calleria año 2017. La investigación fue de tipo descriptivo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio.; tuvo un nivel cuantitativo porque para la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición; se manejó un diseño no experimental, es correlacional y descriptivo, es decir, la recolección de datos se efectuará en un solo

momento, en un tiempo único. Teniendo los siguientes resultados: Respecto a los representantes en su mayoría están en el rango de “40 a 49 años de edad” con el 34,6%, el 69,2% de los microempresarios encuestados son del género masculino, el 53,8% no tienen instrucción, el 50,0% son comerciantes. Respecto a las Mypes los empresarios indicaron que 76.9% se encuentran formalizadas, en su mayoría son jóvenes: “de 1 a 3 años” (42,3%), tienen en su mayoría de “1 a 3 trabajadores” 42,3%. Respecto a la gestión y atención al cliente, en su mayoría los encuestados están por implementar un plan de negocio (46,2%) el 46,2% de las Mypes “No” evidencia una gestión de atención al cliente, el 53,8% “No” promueve una cultura de buen servicio, el 73,1% “No” ha diseñado y no sigue un protocolo de atención al cliente. Se concluyó que los emprendedores en su gran mayoría son jóvenes, destaca el sexo masculino, son empíricos y de ocupación de comerciante y que no evidencia una gestión de atención al cliente.

Rodríguez (2017) en su estudio *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. Problema fue: ¿Cómo influye la gestión de calidad de atención al cliente en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016?, Su objetivo general de investigación fue: Determinar la influencia de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. El tipo de investigación fue descriptivo y a su vez correlacional, según su enfoque el trabajo de investigación fue cuantitativo

porque tuvo una estructura que se pudo medir, ya que se utilizó instrumentos de medición y evaluación cuestionario, el diseño de la investigación fue no experimental y transversal. Obtuvo los siguientes resultados: Respecto a características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente : el 55,6% de los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna, el 58,3% de los dueños a veces si, a veces no capacita a los trabajadores para atender a los clientes, el 54,1% considera que de los dueños nunca preguntan a los clientes si están a gusto en el local el 49,2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado, el 46,2% considera que casi siempre los trabajadores son educados y corteses, el 56,8% considera que casi siempre se atiende bien a los clientes, el 56,8% menciona que cuando tiene un problema siempre lo solucionan inmediatamente, el 64,7% menciona siempre el servicio y atención recibida es bueno y el 54,1% de las empresas sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos manifiestan que en el Nivel de Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente esta mayormente en un nivel considerado como Regular el 81,2% está satisfecho con el servicio recibido. En las conclusiones se determinó: Que la mayoría de los empresarios son del género masculino, tienen grado de instrucción educación básica y la mayoría relativa tiene de 36 a 45 años y que consideran que los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna, considera que casi siempre se atiende bien a los clientes, siempre el servicio y atención recibida es bueno y la minoría considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado.

Marchan (2015) en su estudio *Gestión de calidad y merchandising en las Mypes rubro imprenta de Talara, año 2015*. Su problema fue: ¿Qué características

tiene la gestión de calidad y el merchandising en las Mypes rubro imprenta de Talara, año 2015? Tuvo como objetivo general determinar qué características tiene la gestión de calidad y merchandising en las MYPE rubro Imprenta de Talara, año 2015". El diseño de la investigación es no experimental, ya que se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. También es de corte transversal, porque recoge los datos en un momento temporal, descriptivo porque enumera las propiedades de las variables; es decir, permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado, en una determinada población. Teniendo los siguientes resultados: Respecto a la gestión de calidad los propietarios indicaron que el 24% de los usuarios encuestados, califica la atención que recibe es excelente. El 64% de los usuarios encuestados, piensa que el tiempo de entrega del producto es el correcto, el 67% de los usuarios encuestados, está satisfecho con el producto recibido, el 33% de los propietarios encuestados, considera que sí motivan a los clientes para que regresen a consumir sus productos, por lo tanto el personal de las imprentas debe tener un trato más personalizado con el cliente, a fin de incentivarlo para que regrese al local a consumir sus productos o servicios. En las conclusiones se logró comprobar: Que la gestión de calidad en las Mypes rubro imprenta de Talara, año 2015, ha ido evolucionando, ya que las empresas de este rubro han innovado sus técnicas de impresión y la calidad en la atención al cliente, haciendo partícipe de esto a sus colaboradores. Las Mypes rubro imprenta de Talara, año 2015, tienen un alto grado de satisfacción tanto en la entrega del producto como en la atención al cliente; esto debido a que los propietarios de los negocios se preocupan por entregar un producto acorde con las exigencias del cliente, en el tiempo indicado y con un precio competitivo.

Vásquez (2017) en su estudio *Calidad de atención como estrategia para la captación de clientes en el Banco de la Nación de Huamachuco, La Libertad, 2017*. Su problema fue: ¿Cuál es el impacto de calidad de atención al usuario como estrategia para la captación de clientes en el banco de la Nación de Huamachuco, la libertad, 2017? Tuvo como objetivo general: determinar si la calidad de atención al usuario como estrategia genera un impacto significativo para la captación de clientes en el Banco de la Nación de Huamachuco, La Libertad, 2017. El diseño de la investigación es no experimental, ya que se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos, referente a su finalidad, la investigación fue aplicada ya que parte de un problema que necesita ser intervenido y mejorado. Teniendo los siguientes resultados: Respecto a la variable calidad de atención donde el mayor nivel de calidad de atención en el banco es el regular con un 69.7%, se muestra que el 40.4% de los usuarios y trabajadores del Banco de la Nación de Huamachuco, consideran que la calidad humana como elemento de la calidad de atención al usuario es buena no obstante la captación de clientes es de mediana intensidad; se muestra que el 47.2% de los usuarios y trabajadores del Banco de la Nación de Huamachuco, consideran que la calidad de atención al usuario es regular y por tanto la captación de clientes es de mediana intensidad, se muestra que el 32% de los usuarios y trabajadores del Banco de la Nación de Huamachuco, consideran que la infraestructura y equipamiento como elementos de la calidad de atención al usuario son regulares consecuentemente la captación de clientes es de mediana intensidad, se muestra que el 30.9% de los usuarios y trabajadores del Banco de la Nación de Huamachuco, consideran que la satisfacción como elemento de la calidad de atención al usuario es buena sin embargo la captación de clientes es de mediana intensidad. Se

concluyó: Que la Calidad de atención al usuario como estrategia genera un impacto significativo en un 47.2% de regularidad para la captación de clientes en el Banco de la Nación de Huamachuco, La Libertad, 2017.

Zelada (2017) en su estudio *Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la Ferretería Solano EIRL en el Primer Semestre del 2016 en el Distrito de Trujillo*. Su problema fue: ¿Cómo influye la atención al cliente en el nivel de ventas de la Ferretería Solano EIRL en el primer. Semestre del 2016 en la Distrito de Trujillo? Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de la atención al cliente en el nivel de ventas de la Ferretería Solano EIRL de la Ciudad de Trujillo, se trata de una investigación de tipo transaccional; causal, de corte transversal, tuvo un nivel cuantitativo se diseñó una encuesta constituida por 15 preguntas para los clientes de la Ferretería Solano EIRL. Teniendo los siguientes resultados: Respecto a la gestión de atención al cliente el 42% de las personas encuestadas califican la atención recibida por el personal como regular, el 45% de los encuestados estima que la atención en el despacho es lenta, respecto al trato personalizado al cliente, el 39% de las personas encuestadas califican la información recibida por el personal como regular, la rapidez en la atención por parte del personal de ventas es en un 45% malo. El 37% de las personas encuestadas califican la cordialidad recibida por el personal como mala el 50% del personal de venta encuestado están siempre de acuerdo que conocen las políticas de atención al cliente. Se obtuvo las siguientes conclusiones: Que la calidad de atención brindada en Ferretería Solano EIRL influye de manera negativa en el nivel de ventas lo cual implica que no existe una buena calidad de servicio esto repercute en el nivel de ventas. Los clientes califican la atención al cliente entre malo y regular,

respecto a la deficiente atención al cliente, el factor más decisivo es: la falta de cordialidad y rapidez lo que han influido de manera negativa en el nivel de ventas.

Okaña (2017) en su estudio *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*. Su problema fue: ¿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? Tuvo como objetivo general: 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, la investigación fue 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 y 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 Teniendo los siguientes resultados: Respecto a los representantes se ha obtenido que el 57.1% tienen edad promedio entre 30 a 50 años, el 78.6% es de género femenino, el grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas obtenido es 42.9% son técnicos. En los resultados del presente estudio con respecto al conocimiento de técnicas de gestión en atención al cliente se ha obtenido que el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio conocen técnicas de gestión en atención al cliente. En los resultados obtenidos de las micro y pequeñas empresas en estudio el 64.3% de los representantes utiliza la técnica del Benchmarking

para asegurar que la gestión de calidad enfocada al cliente, el 100% de las micro y pequeñas empresas en estudio enfocan su gestión completamente hacia el cliente. En los resultados del presente estudio se ha obtenido que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la atención personalizada, el poco tiempo de espera, la amabilidad, la limpieza del local y la apariencia del trabajador son elementos que indican que la gestión está enfocada al cliente. Se concluyó: Que en la mayoría de las micro y pequeñas empresas se valen de la técnica del benchmarking para asegurar que la gestión de calidad está enfocada completamente al cliente (64,3%), consideran que la atención personalizada, el poco tiempo de espera, la amabilidad, la limpieza del local y la apariencia del trabajador, son elementos que indican que la gestión de calidad está enfocada al cliente, en la totalidad de ellas se conoce técnicas de gestión en atención al cliente, la gestión está enfocada al cliente y el personal está apto para estar en contacto con los clientes.

Bases teóricas de la investigación

Definición de las micro y pequeñas empresas.

De acuerdo al decreto supremo N^o 007-2008 TR nueva Ley 28015 (2003) La MYPE es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios y que tienen características propias y que son determinadas por la cantidad de trabajadores y ventas anuales.

Características y estructura empresarial de las Mypes

De acuerdo a la nueva Ley 30056 (2013). Para las micro, pequeñas y medianas empresas sólo utilizan como parámetro para determinar quiénes deben ser considerados Micros, Pequeñas o Medianas Empresas, los volúmenes de ventas anuales, descartando como criterio el número de trabajadores que utilizaba la norma original y considera:

- Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Pequeña Empresa de 150 UIT (555 mil nuevos soles) hasta 1,700 UIT (6 millones 290 mil soles).
- Mediana Empresa de 1,700 UIT (6 millones 290 mil soles) hasta 2,300 UIT (8 millones 510 mil soles).

La MYPE como unidad económica suele estar constituida por personas naturales y muchas veces es una empresa familiar. Es importante destacar que actualmente dan empleo a más de la mitad de la Población Económicamente Activa (PEA), y poseen diferencias marcadas no solo en las actividades en las que se desempeñan sino también en su cadena productiva, ubicación geográfica o el tipo de trabajadores que poseen. En muchos países son consideradas como el más importante tipo empresarial debido al aporte que otorgan a la economía.

Objetivos

Vásquez (2017) hace referencia a los siguientes objetivos de las Mypes y que se describen a continuación:

- Realizar en el mercado la comercialización

- De suministrar recursos humanos a la producción
- De ser totalmente productivos
- De estar permanentemente en crecimiento
- De ser rentables para los propietarios

Además, contribuye al PBI, a la recaudación tributaria, incrementa el empleo, productividad y rentabilidad.

Importancia

En el Perú según datos del Ministerio de Trabajo (2013) las Mypes brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Su importancia se basa en:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado. Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

Tipos de micro y pequeñas empresas.

Según la guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa, elaborado por Pro Inversión (2006), indica las formas de organización de las Mypes:

Como personas naturales

Las personas naturales pueden adquirir derechos y obligaciones, es decir, tienen plena capacidad de decisión y ejecución para celebrar contratos, asumir compromisos y efectuar el pago que les corresponda por los impuestos a los que

estuvieran afectas y por las deudas contraídas. Cuando las personas naturales realizan actividades económicas lucrativas o negocios sin haber establecido una empresa, se las denomina «Personas Naturales con Negocio». Si, en cambio, las personas naturales desearan establecer una empresa, pueden constituir una «Empresa Individual de Responsabilidad Limitada».

Gestión Administrativa

Nuño (2012) menciona lo siguiente sobre la gestión administrativa: Es la congregación de conceptos de ciencias sociales, como son la psicología, sociología, derecho, ciencias económicas, etc., abarca diferentes técnicas y por supuesto es un arte, que se involucran en si una serie de etapas dentro de una fase administrativa que tienen un inicio y final, que cuentan con responsables en cada una de la ejecución de las etapas que la constituyen (planificación, organización, control y dirección). Por lo cual, posee una orientación sistémica y global de ver las empresas que brindan la satisfacción de necesidades. (p.11).

La empresa

Nuño (2012) afirma lo siguiente sobre la empresa, que tradicionalmente vista como la integración de aspectos económicos y sociales y tienen como propósito lograr la rentabilidad para el propietario, la compañía y la colectividad, donde se mezclan los diferentes factores productivos dentro de una estructura organizativa.

Tamaño de la empresa

Nuño (2012) precisa sobre el tamaño pequeño de la empresa que, la estructura organizativa de la empresa está constituida por el número de colaboradores que

trabajan en ella, así como, también lo constituye los ingresos por las ventas que realizan cada año. (p.13).

Esta manera de conceptualizarla muestra una serie de características:

- De tipo estructural, haciendo referencia al diseño en el que se disponen todas las áreas de la organización, indicando las principales áreas, las respectivas responsabilidades de cada puesto de trabajo, las relaciones de coordinación a nivel jerárquico. En esta estructura organizacional tiene predominio la de administración familiar.
- De tipo culturales, en ellas se evidencia los comportamientos, costumbres y, valores del personal que labora en la organización y que originalmente son el reflejo de la cultura del empresario y su familia.

La estructura organizacional de una micro y pequeña empresa estipula de cierta manera el diseño organizacional en que se estructura las actividades de la empresa.

Nuño (2012) señala algunas características identificables en las micro y pequeñas empresas familiares.

- Son efectivas en su planeación de largo plazo, logrando en ello minimizar riesgos del ambiente.
- Son flexibles ante los cambios del ambiente organizacional, esto se constituye como el factor de triunfo de las pequeñas empresas.
- Su diseño funcional es simple y horizontal y por la pequeña cantidad de personal laborando en ella.
- Su producción es altamente especializada en la medida que producen pequeños volúmenes de productos.
- Su cultura organizacional compuesta de costumbres y valores es estable.

- El micro y pequeño empresario tiene una inmensa noción de la empresa.
- Se identifica en las micro y pequeñas empresas un alto compromiso, identificación y responsabilidad de todos los miembros de la familia.
- Las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo no el lucro, si no la armonía, y desarrollo de los integrantes de la familia.
- Son altamente creadores de productos o servicios de acuerdo con las expectativas, y deseos de los potenciales clientes.
- Su preocupación está centrada en la atención personalizada de sus clientes.

Según Nuño (2012) hace referencia sobre las competencias que tienen los gerentes de la pequeña empresa como son la reflexión, y evaluación integral como parte de su gestión que realiza de manera permanente involucrando en ello diversas habilidades humanas, técnicas y conceptuales para lograr los objetivos organizacionales, éstas competencias y habilidades son visibles al momento de brindar un servicio de calidad y es percibida por los clientes cuando adquieren los bienes y servicios que oferta la organización

Además, Nuño (2012) divide las capacidades competitivas de la siguiente manera:

1ª es el saber hacer

2ª es el querer hacer

3ª es el poder hacer.

Las dos primeras atañen al perfeccionamiento de las competencias gerenciales la tercera y última parte incumbe a las condiciones favorables para su ejecución.

Así pues, Nuño (2012) precisa que, el conjunto de habilidades que debe poseer un administrador deben estar totalmente relacionadas con conocimientos, y

valores éticos de esta manera se asegura las competencias requeridas para administrar una pequeña empresa con efectividad, y calidad. (p.29).

Según Nuño (2012) hace referencia sobre los fracasos a los que están expuestas las Mypes.

Dificultades en la planificación

- Existencia de una planeación incorrecta debido a una ausencia de visión sistémica estratégica.
- Ausencia por falta de conocimiento de elaboraciones de planes de negocios antes de iniciar la creación de una micro y pequeña empresa.
- Incapacidad de llevar a cabo la operatividad de planes de negocios si se contara con ellos.
- Mantenerse como informales por falta de conocimiento o por cuestiones éticas.
- Diseño organizacional deficiente, elaborados sin conocimientos técnicos administrativos.
- Propuesta de objetivos y metas poco sensatas.

Dificultades en la gestión:

- Ineptitud del gerente al no contar con habilidades y competencias requeridas para una gestión de calidad.
- Falta de experiencia empresarial en el sector por parte de los gerentes.
- Falta de conocimientos administrativos de los gerentes.
- Incapacidad para contratar personal altamente adecuado.
- Débiles políticas de mejora continúa en los procesos funcionales.
- Resistencia a los cambios del medio ambiente empresarial.
- Impericia para conocer el estado real de la contabilidad de la empresa.

Dificultades para controlar

- Dolo.
- Conducción incorrecta de cobranzas y créditos.
- Ignorancia de los estados financieros reales de la empresa.
- Gastos superfluos.
- Mala administración de los inventarios
- Deficiente gestión en cuanto a liquidez y endeudamiento.

Las micro y pequeñas empresas son partes de sistemas abiertos, de allí la importancia de aprender las causas de su fracaso (p.40).

Según Filion (2011) en su obra sobre Administración de Pymes analiza los diferentes tipos de propietarios y dirigentes de Pymes identificando 06 tipos:

En primer lugar, esta al que denomina Leñador, al cual, no le gusta la muchedumbre. Este tipo de propietario es muy ambicioso y tiene buena predisposición para el trabajo, su organización se basa en la producción continua y suele elegir a su personal en función a que éstos sean tan competentes como lo es él.

En segundo lugar esta al que denomina mariposa, el cual, le encanta el negocio fuertemente, pero esta situación no perdura mucho en el tiempo ya que le encanta crear empresas para posteriormente venderlas, las crea o las compra establece estrategias de liderazgo en los costos y posteriormente las vende, tiene la habilidad y competencia de reconocer un buen negocio y potenciar sus ventajas competitivas en el mercado, como la mariposa se vincula con muchísima gente para buscar oportunidades de negocio.

En tercer lugar, esta al que denomina libertino a este tipo de empresario le fascina el ocio, cuenta con una vida social muy activa. Piensa que es muy importante desarrollar una actividad de ocio en su vida social para lograr una estabilidad emocional. Estas actividades de ocio van a variar con el paso del tiempo, identifica en su empresa la fuente que le permitirá lograr los ingresos necesarios para desarrollar las actividades que realmente le importan.

En cuarto lugar, esta al que denomina aficionado, es aquel, que le dedica todos sus esfuerzos y tiempo a su organización. Suele tener un trabajo estable que le brinda seguridad y los fondos necesarios para su micro y pequeña empresa. Ésta se establece como su pasatiempo dedicándole muchísima pasión. Este empresario en sus labores, toma decisiones totalmente operativas y poca de índole administrativas.

En quinto lugar, esta al que denomina converso, el cual, se caracteriza por descubrir "el negocio". Su vida empresarial gira en torno a este descubrimiento, que se convierte prácticamente como el inicio de una nueva carrera. La empresa que crea o que compra se convierte inmediatamente en su templo sagrado.

En sexto lugar esta al que se denomina misionero, el cual, inicia de manera solitaria su empresa. Este tipo de propietario reconoce muy bien su producto y/o servicio y el mercado en el cual se desempeña. Está involucrado en una genuina pasión por lo que hace y está totalmente convencido de que su organización se constituye en una aportación trascendente para su comunidad. En lugar de traspasar su empresa a otros inversionistas y jubilarse, permite que sus empleados que trabajan en empresa se realicen plenamente como profesionales otorgando una gran autonomía a sus empleados. (p.55).

Gestión de calidad en atención al cliente

Concepto

Según Solórzano (2013) afirma que la gestión de calidad al cliente, no es más que un grupo de actividades debidamente definidas por toda la empresa y que están enfocadas a identificar los deseos y necesidades de los clientes, buscando con ello superar las expectativas de compra y, por lo tanto, superar la satisfacción de nuestros clientes.

Según Pérez (2010) menciona que "Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe" (p.6).

Peresson (2008) afirma "Es la orientación de los recursos de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes, esto incluye a todas las personas que trabajan en la empresa, y no solo a las que tratan personalmente con los clientes" (p.9).

Características de la gestión de calidad en atención al cliente

Según Solórzano (2013) "algunas de las características del servicio de calidad en atención al cliente que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio, son las siguientes." (p.4).

- Que las micro y pequeña empresa deben establecer objetivos, metas y presupuestos orientados a la gestión de la calidad en atención al cliente los cuales tienen que cumplirlos.
- Que las micro y pequeñas empresas deben tener un diseño organizacional totalmente funcional y operativo acorde para lograr una eficiente calidad en atención al cliente.

- Que las micro y pequeñas empresas deben brindar un servicio de calidad en atención al cliente totalmente adecuado superando las expectativas cada vez más exigentes de los clientes en la solución de sus necesidades.
- Que las Micro y pequeñas empresas orientadas a la calidad en atención al cliente deben lograr los objetivos y metas propuestas.

Así mismo (Solórzano, 2013, p.8) afirma que definitivamente coexisten otras particulares del personal que están en relación permanente con los clientes y que son las siguientes:

- Formalidad: Es la honestidad en la manera de ejercer su trabajo los colaboradores, así como, la total capacidad de compromiso serio e íntegro que asumen los colaboradores con la gestión de calidad en atención al cliente.
- Iniciativa: Es ser pro-activo y predispuesto a brindar un servicio de calidad, con disposición a enfrentar diferentes situaciones y dar soluciones eficientes a los problemas.
- Ambición: Es la capacidad de desarrollo personal intrínseco de los colaboradores, por cada vez ser mejores profesionales y crecer en el ámbito laboral.
- Disposición de servicio: es una capacidad y habilidad humana de estar predispuesto a apoyar y servir con calidad al cliente de manera eficiente.
- Colaboración: Es la contribución de los colaboradores para trabajar en equipo, en el logro de objetivos comunes de la organización.
- Enfoque positivo: Es la predisposición del personal de ver el lado bueno y positivo al momento de brindar un servicio orientado con calidad.
- Observación: es la destreza que tiene el personal para centrarse en detalles que no siempre son observados por todo el personal de la organización, lo que, le permite

diferenciar en la práctica lo importante de lo secundario, y en función a ello, solucionar los problemas que pudieran surgir.

- Recursos: tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.

Importancia de la gestión de calidad en atención al cliente

La importancia de la gestión de calidad orientada al cliente se ha convertido para las organizaciones globales en un valor que debe ser parte de las ventajas competitivas, busca cada vez más diferenciarse de la competencia y les permita mantenerse en el mercado logrando obtener utilidades, estas ventajas competitivas atraen clientes y crean la seguridad necesaria para que vuelvan a regresar.

Cliente

(Steven, Wouter, y Frans, 2003) señala que "El cliente es más importante que la propia venta. Si logra identificar con éxito a los clientes más valiosos, conseguirlos, conservarlos y aumentar sus compras, obtendrá significativamente más valor que con cualquier otra estrategia de tipo universal."(p.45).

Proceso de Atención al Cliente

Según Talavera (2018) el proceso de atención al cliente incluye una serie de fases que el personal de la organización debe tener en cuenta al momento de brindar un servicio de calidad en la satisfacción de las necesidades del cliente y a continuación se explica cada fase:

Fase 01: Iniciar el contacto

En esta primera fase lo que se pretende es que el cliente se sienta acogido desde el primer momento que llega a la organización, logrando con ello una empatía

inmediata con el personal que lo recibe brindándole trato amable. Algunos puntos a considerar en esta fase son:

- Alegrarse y saludar la llegada de un cliente.
- Usar un tono de voz cordial.
- Al momento de conversar mirar discretamente la cara de nuestro cliente.

Fase 02: Escuchar al cliente:

En esta segunda fase lo que se pretende es escuchar atentamente cuales son los deseos y necesidades que tiene el cliente para poder identificar la mejor manera de satisfacer las necesidades con los productos o servicios que brinda la organización.

Algunos puntos a considerar en esta fase son:

- Prestar atención al cliente.
- Escuchar al cliente de manera efectiva.

Fase 03: Satisfacer las necesidades del cliente:

En esta tercera fase lo que se pretende es transmitir las indicaciones oportunas del personal de la organización para brindar el servicio que busque la satisfacción de las necesidades del cliente. Algunos puntos a considerar en esta fase son:

- Identificar los deseos de los clientes.
- Concentrarse en la satisfacción de las necesidades.
- Comunicarse amablemente.
- Dedicarle el tiempo necesario.
- Cerciorarse de la satisfacción del cliente.

Fase 04: Finalizar el servicio:

En esta cuarta fase lo que se pretende es asegurar que las satisfacciones de las necesidades del cliente han sido atendidas debidamente por parte de la empresa.

Algunos puntos a considerar en esta fase son:

- Enfocarse en peticiones extras.
- Despedida cordial.
- Sonreír cortésmente al finalizar el trato.
- No dilatar el final.

Lo que se pretende según el autor es que con este proceso se logre la personalización en la atención al cliente y que este se sienta debidamente atendido y satisfecho, lo que tendrá un impacto positivo en la organización.

Según Izquierdo (2018) la atención al cliente incluye un conjunto de procesos ordenados que se realizan desde el momento que se recepciona a un cliente hasta el momento que se despiden de él, menciona las siguientes fases en el proceso:

- **Contacto**, lo que se espera en esta fase es que el cliente sea tratado con la debida cortesía por parte de un colaborador y que sobre todo se encuentre debidamente capacitado para resolver algún inconveniente o duda que tenga en relación al servicio que brinde la organización en otras palabras que el personal de primer contacto pueda ayudarle en la búsqueda de la satisfacción de sus necesidades.
- **Escucha y obtención de información**, en esta fase se espera que el cliente perciba una buena actitud por parte del personal, de escucharlo de manera atenta y personalizada realizando las interrogantes necesarias para la resolución de sus problemas y necesidades.

- **Resolución de problemas**, se espera que el cliente logre una empatía con el personal de la organización y que el personal se ponga manos a la obra en la solución de los problemas del cliente en la búsqueda de su satisfacción total.
- **Finalización y despedida**, lo que se espera en esta fase es que una vez solucionados los inconvenientes o problemas que pudiera ocurrir en la organización, nuestro cliente quede con una sensación positiva del servicio recibido.

Estas son las etapas más usuales que tienen las organizaciones para atender al cliente y para poder lograrlo se debe hacer uso de personal altamente capacitado, con habilidades y competencias humanas, técnicas y conceptuales.

Tipos de clientes

Con respecto a tipos de clientes Pérez (2010) menciona "De acuerdo con el grado de satisfacción que manifiestan los clientes por el servicio recibido, se plantean diferentes niveles de intensidad en las relaciones entre el cliente y la organización. De esta forma se entenderá que haya compradores, clientes frecuentes y clientes fidelizados" (p.13)

En primer lugar, están los compradores, son aquellos que consumen nuestros productos o servicios de manera eventual no manifiesta una relación emocional con la organización.

En segundo lugar, están los clientes frecuentes lo constituyen los clientes con los cuales se ha logrado un posicionamiento considerable, vuelven a consumir periódicamente los productos y servicios.

En tercer lugar, lo constituyen los clientes fidelizados y lo conforman los clientes en los cuales se ha logrado un fuerte posicionamiento del producto o servicio que brinda la organización y por lo general recomiendan a nuevos compradores.

Así mismo, Pérez (2010) menciona respecto a los clientes:

Existe lo que él denomina clientes externos identificando para ello en este tipo a las personas que compran los servicios y productos que oferta la organización y que son la fuente de ingresos de la empresa.

Los **clientes internos** los identifica a los empleados y obreros que labora dentro de la organización y que son la mano de obra que hace posible que llegue los productos y servicios a los clientes con la calidad en el trato y servicio brindado, es muy importante tomar en cuenta a este tipo de cliente ya que está en permanente contacto con nuestros clientes externos y ellos quienes poseen información muy valiosa para la organización es por ello que hay que saber motivarlos de manera intrínseca o extrínseca.

Existen otras clasificaciones de clientes que podemos destacar. De esta forma también es posible entender la existencia de cliente final, cliente intermedio, público objetivo y cliente potencial atendiendo al uso que hacen del producto.

El cliente final es aquella persona que utilizará el producto o servicio adquirido a la empresa y se espera que se sienta complacida y satisfecha. También se denomina usuario final o beneficiario. Se corresponde con el cliente externo.

El cliente intermedio es el distribuidor que hace posible que los productos o servicios que provee la empresa estén disponibles para el usuario final o beneficiario.

El público objetivo es aquel que no se interesa de forma particular en el servicio o el producto que la empresa ofrece, pero al cual la empresa dirige su publicidad para captarle. Finalmente, el cliente potencial es aquel que muestra interés por los productos o servicios de la empresa, pero aún no se ha decidido comprar o utilizar los servicios.

Objetivos de la gestión de la calidad en atención al cliente

El objetivo principal de la gestión de calidad en atención al cliente según Pérez (2010) "Es eliminar de forma permanente todos aquellos problemas, errores o equivocaciones que pueda generar la insatisfacción del cliente. Lo más importante es satisfacer sus necesidades e incluso exceder sus expectativas" (p.9).

Por lo tanto, todo el personal de la empresa es responsable de brindar un servicio de calidad en la atención al cliente, detectando para ello los problemas que puedan surgir y tratar de resolverlos de manera inteligente, de manera integral entre las diversas áreas de la organización, asegurando la retroalimentación necesaria para aprender de los errores, y así mismo, asegurar el logro de los objetivos internos y externos de la empresa.

Con respecto a la atención a los clientes Pérez (2010) indica "En una organización dirigida al cliente, ésta, constituye la base para definir el negocio, que existe para brindarle sus servicios y atender sus necesidades. De esta forma, el personal responsable de su atención se convierte en un elemento fundamental para conseguir este objetivo"(p24).

La alta gerencia de las organizaciones debe motivar a sus colaboradores para que centren sus esfuerzos en la satisfacción total de las necesidades de los clientes,

consiguiendo que alcancen un alto nivel de identificación y empatía con los clientes que genere las ganas y deseos de estos de retornar a la empresa.

Así pues, Pérez (2010) indica que la gestión de la organización orientada hacia el cliente es el mayor esfuerzo que deben cumplir los colaboradores para lograr un servicio de alta calidad. El elemento humano es el recurso más valioso de la organización, por lo tanto, para proponer una excelente atención al cliente, se demanda que los colaboradores desarrollen habilidades humanas como el buen trato, buena comunicación, empatía, etc., que les permitan constituir una recomendable comunicación con sus clientes.

Además, Pérez (2010) menciona que para que un cliente se sienta bien servido en el servicio recibido, es primordial brindarle un saber escuchar y hablar de manera apropiada demostrándole el respeto que se merece el cliente. Se hace necesario que los colaboradores cuenten también con las habilidades técnicas aprendidas en aulas de instituciones académicas y cuenten con preparación especializada en su ramo de trabajo relacionadas con los conocimientos de los productos y servicios que se pretender brindar.

El cliente exige siempre calidad en la satisfacción total de sus necesidades y expectativas acerca de los servicios y productos que adquirirá en la organización, por lo que, el personal de la empresa debe conocer al detalle las características, atributos y competencias de nuestros servicios a brindar para poder ofrecer un servicio eficiente logrando con un trato amable, cordial y sincero superar las expectativas de la atención del servicio al cliente.

Los costes de no dar calidad de atención al cliente

Así mismo respecto a los costes de no dar calidad de atención al cliente Pérez (2010) indicó "El coste de mantener a un cliente suele ser menor que el coste de conseguir un cliente nuevo. De acuerdo con este hecho las empresas realizan un esfuerzo en sus inversiones para garantizar la calidad que ofrecen a sus clientes" (p.26).

Además, es importante mencionar que un comprador potencial satisfecho se convierte en la realidad en un elemento de promoción vital para una organización, sabiendo que los buenos comentarios del servicio recibido lograrán atraer a nuevos compradores potenciales a la empresa.

Es de esperar que, para las organizaciones que no implementen esfuerzos efectivos de gestión de calidad orientado al cliente encontraran costes que debe confrontar la compañía por no satisfacer la calidad en la atención al cliente, podemos identificar entre ellos a los gastos internos que se crean por la ausencia de calidad en el diseño de los productos y servicios antes de que sean brindados al cliente.

Los costes de oportunidad lo podemos considerar como aquellos ingresos que dejamos de percibir como consecuencia de la falta de calidad que se brinda a los clientes, esta situación tiene un impacto directo en la rentabilidad de la organización.

Además, Pérez (2010) indico que "La política de atención al cliente va seguida de una política de calidad. El cliente tiene derecho a conocer qué puede esperar del servicio brindado por la empresa" (p. 18). La gestión de calidad orientada al cliente debe defenderse en acciones que abarquen a todo el personal de la organización.

Marco Conceptual

Atención al Cliente

La atención al cliente se entiende como el conjunto de acciones integrales que ofrece una empresa a través de todos los recursos económicos, materiales, financieros y humanos que cuenta, para que un cliente alcance un servicio o producto.

Gestión de Calidad

La gestión de calidad es el conjunto de elementos operativos que hace uso una organización para asegurar los procesos administrativos y de producción de manera efectiva logrando con ello que el cliente obtenga un producto conforme a sus expectativas de compra. Esta gestión debe estar orientada a la satisfacción total del cliente.

Gestión de Calidad en atención al cliente

La gestión de calidad en atención al cliente es el conjunto de actividades que brinda una organización a los clientes brindándoles una atención esmerada con productos de calidad en el momento adecuado, para ello se hace necesario contar con una gestión bajo el enfoque de calidad y que no debe centrarse de forma exclusiva en el componente humano de la venta, ya que toda venta personal está integrada en un contexto comercial cuyos componentes físicos deben ayudar a ofrecer un mayor y mejor servicio al cliente.

Imprenta

La imprenta como tal es una máquina que es capaz de grabar letras, textos, imágenes, en una base de papel con el objetivo de transmitir algún tipo de información,

en la actualidad sirven como plataforma para la producción de libros, revistas, folletos, almanaques documentos y comprobantes de pago.

La Empresa Familiar

La empresa familiar es un tipo de organización que asumen muchas micro y pequeñas empresas, las cuales, son administradas por los miembros integrantes de la familia con intención que los futuros integrantes continúen con la tradición empresarial de la familia, algunos integrantes con grados de instrucción asumen roles en los niveles administrativos estratégicos, otros en los niveles tácticos y los nuevos integrantes aparecen iniciando roles en los niveles operativos, conforme van creciendo y adquiriendo habilidades técnicas y conceptuales estos nuevos integrantes van escalando a nuevos niveles.

Propuesta de mejora:

Es un proceso metodológico, con el fin de cambiar y mejorar una situación, y consiste en que el individuo participa con un conocimiento previo sobre un tema para mejorar un aprendizaje, desempeño y competencias, que es realizada por el personal que atiende, quien busca dar respuesta a las necesidades, curiosidades de diversos grupos y facilitar el proceso de toma de decisiones de compra, creando un ambiente de confianza y seguridad.

III. HIPÓTESIS

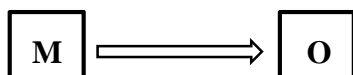
El presente proyecto de investigación titulado “Gestión de la Calidad en Atención al Cliente y Plan de Mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios – Rubro Imprentas, cercado de Trujillo, año 2018, no plantea hipótesis por tratarse de una investigación tipo descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue no experimental-transversal y descriptivo

- Fue no experimental, porque se va a estudiar conforme a la realidad sin sufrir modificaciones.
- Fue transversal, porque se va a estudiar en un espacio de tiempo determinado donde se tiene un inicio y un fin.
- Fue descriptivo, porque describe la realidad de los hechos o fenómenos sin modificar las variables.



Donde:

M = Muestra

O = Observación

4.2 Población y muestra

La población estuvo constituida por 18 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

Muestra

La muestra que se utilizó estuvo dirigida a 18 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas, cercado de Trujillo, dado que se tomó el 100% como muestra elegida por conveniencia.

4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Escala de Medición e Indicadores
Perfil de los representantes de las Mypes	Dueño; Es el propietario y quien se beneficia de las ganancias de la actividad productiva de su empresa.	1. Edad	Razón: a) 18 a 30 b) 31 a 50 c) 51 a más años
		2. Género	Nominal: a) Masculino b) Femenino
	Gerente; es la persona que dirige, administra y representa a una empresa o sociedad y en la que se personifican sus órganos directores.	3. Grado de instrucción	Nominal: a) Sin instrucción b) Educación básica c) Superior no universitaria d) Superior universitaria
		4. Cargo que desempeña	Nominal: a) Dueño b) Administrador
		5. Tiempo que desempeña en el cargo	Razón: a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años
Características de las micro y pequeñas empresas	Son unidades económicas, constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tienen como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.	Razón: a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años
		7. Número de trabajadores:	Razón: a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores
		8. Las personas que trabajan en su empresa son:	Nominal: a) Familiares b) Personas no familiares
		9. Su empresa se creó para:	Nominal: a) Generar Ganancia b) Subsistencia

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad	Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad.	10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?	a) Si b) No c) Tengo cierto conocimiento	Nominal
		11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?	a) Benchmarking b) Atención al cliente c) Empowerment d) La 5 s e) outsourcing f) otros g) Ninguno	Nominal
		12. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?	a) Poca iniciativa b) Aprendizaje lento c) No se adapta a los cambios d) Desconocimiento del puesto e) Otros	Nominal
		13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	a) La observación b) La evaluación c) Escala de puntuaciones d) Evaluación de 360° e) Otros	Nominal
		14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	a) Si b) No	Nominal
		15. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?	a) Si b) No c) A veces	Nominal

Atención al cliente	Es saber entender las necesidades de los consumidores en un momento determinado, para que todas las estrategias de la organización se centren en la mejora continua del servicio.	16. ¿Conoce el término atención al cliente?	a) Si b) No c) Tengo cierto conocimiento	Nominal
		17. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	a) Si b) No c) A veces.	Nominal
		18. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?	a) Si b) No	Nominal
		19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	a) Comunicación b) Confianza c) Retroalimentación d) Ninguno	Nominal
		20. Principales factores que para la calidad al servicio que brinda	a) Atención personalizada b) Rapidez en la entrega de los productos c) Las instalaciones d) Ninguna	Nominal
		21. La atención que brinda a los clientes es:	a) Buena b) Regular c) Malo	Nominal
		22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente	a) No tiene suficiente personal. b) Por una mala organización de los trabajadores. c) Si brindan una buena atención al cliente.	Nominal

		23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?	a)Clientes satisfechos b)Fidelización de los clientes c)Posicionamiento de la empresa d) Incremento en las ventas.	
--	--	--	---	--

4.4 Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos

Para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario.

Ñ **Técnica:** Encuesta

Este método de investigación es capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”, de esta manera, ser utilizada para ceder descripciones de los objetos de estudio, detectar patrones y relaciones entre las características descritas e implantar relaciones entre eventos específicos.

Ñ **Instrumento:** Cuestionario.

Estuvo estructurado de 23 preguntas cerradas, que a continuación se explicara más detalladamente:

La primera parte contó con 05 preguntas relacionadas a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

La segunda se estructuró con 04 preguntas relacionadas a las características de las micro y pequeñas empresas que se estudiaron.

La tercera parte contó con 06 preguntas referida a la variable gestión de la calidad y la cuarta parte con 08 preguntas relacionadas a las técnicas administrativas en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas materia del estudio.

4.5 Plan de Análisis.

Los datos recolectados en la investigación se analizaron haciendo uso de la estadística descriptiva, para la tabulación de los datos se tuvo como soporte tecnológico el programa Microsoft Excel. Así mismo, se utilizó, el formato Excel para elaborar las tablas y figuras y finalmente se utilizó el programa Word para hacer el análisis e interpretación de las tablas y cuadros estadísticos.

4.6 Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
Problema	Objetivos	Variables	Población y Muestra	Métodos	Técnica e Instrumento
<p>¿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 servicios - rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018?</p>	<p>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 servicios – rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.</p> <p>Objetivo Especifico Determinar principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018. Elaborar un plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.</p>	<p>Gestión de Calidad en Atención al Cliente</p>	<p>Población. Se utilizó una población de 18 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas, cercado de Trujillo 2018.</p> <p>Muestra. Se utilizó una muestra dirigida a 18 Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas, cercado de Trujillo 2018.</p>	<p>Diseño de la investigación El diseño de la investigación fue no experimental-transversal y descriptivo Fue no experimental, porque se va a estudiar conforme a la realidad sin sufrir modificaciones. Fue transversal, porque se va a estudiar en un espacio de tiempo determinado donde se tiene un inicio y un fin. Fue descriptivo, porque describe la realidad de los hechos o fenómenos sin modificar las variables.</p>	<p>Instrumento Cuestionario Conjunto de preguntas respecto de las variables a medir y este debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis.</p> <p>Técnica Encuesta Método que es capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables.</p>

4.7 Principios éticos:

Esta investigación, no tiene impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario, la beneficiará, siendo viable su ejecución en beneficio de las Mypes, bajo los principios éticos de Confidencialidad y respeto a la persona humana.

Principio de Confidencialidad: Solo se publicará la información que desee se publique el dueño de la MYPE quien proporciona la información.

Principio de Confiabilidad: los datos que se presentan son reales.

Principio de respeto a la persona humana: Se respetará las ideas, creencias de las personas para la elaboración del trabajo de investigación siempre buscando el bien común.

Protección a las personas. El investigador es el fin y no el medio, es por eso que requiere de protección, para lo cual se mide el riesgo en lo que incurra y el beneficio a obtener.

Beneficencia y no maleficencia. El bienestar de los investigadores se tiene que asegurar, la conducta del investigador tiene que considerar las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia. El investigador debe tener un juicio razonable y tomar las medidas necesarias para asegurarse de que sus sesgos y limitaciones de conocimiento y capacidades, no den lugar o toleren prácticas injustas. El investigador está obligado a tratar por igual a todos los que participen en la investigación tanto en sus procesos y procedimientos.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Principales características de los representantes de las Mypes del sector servicios- rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

Características	n	%
Edad		
De 18-30 años	6	33.33
De 31-50 años	11	61.11
De 51 a más años	1	5.56
Total	18	100.00
Género		
Masculino	14	77.78
Femenino	4	22.22
Total	18	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	2	11.11
Superior no universitaria	9	50.00
Superior universitaria	7	38.89
Total	18	100.00
Cargo que desempeña en la empresa		
Dueño	10	55.56
Administrador	8	44.44
Total	18	100.00
Tiempo que desempeña el cargo		
De 0 a 3 años	9	50.00
De 4 a 6 años	4	22.22
De 7 a más años	5	27.78
Total	18	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicios-rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

Tabla 2

Principales características de las Mypes del sector servicios rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

Características	n	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
De 10 a 3 años	3	16.67
De 4 a 6 años	7	38.89
De 7 a más años	8	44.44
Total	18	100.00
Número de trabajadores		
De 1 a 5 trabajadores	12	66.66
De 6 a 10 trabajadores	5	27.78
De 11 a más trabajadores	1	5.56
Total	18	100.00
Personas que trabajan en la empresa		
Familiares	8	44.44
Personas no familiares	10	55.56
Total	18	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	15	83.33
Subsistencia	3	16.67
Total	18	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicios - rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

Tabla 3

Principales características de la gestión de la calidad en atención al cliente en las Mypes del sector servicios-rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

Características	n	%
Conocimiento del término gestión de la calidad		
Si	11	61.11
No	2	11.11
Tengo cierto conocimiento	5	27.78
Total	18	100.00
Conocimiento de técnicas modernas de la gestión de la calidad.		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	13	72.22
Empowerment	0	0.00
Las 5 s	3	16.67
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	2	11.11
Total	18	100.00
Dificultades en los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad		
Poca iniciativa	8	44.45
Aprendizaje lento	2	11.11
No se adapta a los cambios	4	22.22
Desconocimiento del puesto	2	11.11
Otros	2	11.11
Total	18	100.00
Conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	9	50.00
La evaluación	6	33.33
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	3	16.67
Total	18	100.00

Tabla 3... continuación

La gestión de la calidad contribuye a mejorar el Rendimiento del negocio		
Si	17	94.44
No	1	5.56
Total	18	100.00
La gestión de la calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa		
Si	13	72.22
No	0	0.00
A veces	5	27.78
Total	18	100.00
Conocimiento del término atención al cliente		
Si	16	88.88
No	1	5.56
Tengo cierto conocimiento	1	5.56
Total	18	100.00
La gestión de la calidad aplicada en el servicio a los clientes		
Si	12	66.66
No	3	16.67
A veces	3	16.67
Total	18	100.00
La atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento		
Si	18	100.00
No	0	0.00
Total	18	100.00
Conocimiento de herramientas para un servicio de calidad		
Comunicación	9	50.00
Confianza	5	27.78
Retroalimentación	2	11.11
Ninguno	2	11.11
Total	18	100.00

Tabla 3... continuación

Conocimiento de los principales factores para la calidad del servicio		
Atención personalizada	8	44.45
Rapidez en la entrega de los productos	6	33.33
Las instalaciones	2	11.11
Ninguna	2	11.11
Total	18	100.00
Conocimiento de la atención que se brinda a los clientes		
Buena	15	83.33
Regular	3	16.67
Malo	0	0.00
Total	18	100.00
Razones porque se da una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	5	27.78
Por una mala organización de los trabajadores	6	33.33
Si brindan una buena atención al cliente	7	38.89
Total	18	100.00
Resultados de una buena atención		
Clientes satisfechos	9	50.00
Fidelización de los clientes	4	22.22
Posicionamiento de la empresa	1	5.56
Incremento en las ventas	4	22.22
Total	18	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicios- rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

5.2 Análisis de resultados y discusión

Respecto a los representantes de las Mypes

- El 61.11% de los representantes tienen una edad de 31 a 50 años. Esto coincide con Melo (2017) quien indica que en su mayoría están en el rango de 40 a 49 años de edad, así mismo, esto coincide con Okaña (2017) quien indica que el 57.1% tienen edad promedio de 30 a 50 años. Se confirma que estos resultados reflejan el alto grado de madurez, experiencia y conocimiento de los representantes de las Mypes.
- El 77.78 de los representantes son de sexo masculino. Esto coincide con Melo (2017) quien indica que en su mayoría son de género masculino 69.20%, así mismo, esto difiere con Okaña (2017), quien manifiesta que 78.6% son de género femenino. Estos resultados difieren a los de Bulart (2010) quien demostró que el 43.30% son de sexo femenino y coincide con Vigo (2014) quien encontró que el 75 % de los encuestados son de sexo masculino. Se deduce que por la naturaleza del servicio brindado por las imprentas estas exigen mucho esfuerzo físico, de allí el alto grado de representantes de las Mypes son de sexo masculino.
- El 50.00% de los representantes de las Mypes tienen un grado de instrucción superior no universitaria. Esto difiere con Meló (2017) quien indica que el 53.80% no tienen instrucción, así mismo, esto difiere con Okaña (2017), quien manifiesta que 42.9 % tiene grado de instrucción de técnicos. Estos resultados determinaron que los representantes de las Mypes cuentan con conocimientos técnicos y superiores que les permite desarrollar sus habilidades técnicas, conceptuales y humanas en el ejercicio de sus funciones, sin embargo, se hace notorio la ausencia

de conocimientos de los procesos administrativos y técnicas modernas de administración.

- El 55.56% de los representantes de las Mypes rubro imprentas son dueños, según Ñuño (2012) hace referencia sobre las habilidades humanas, técnicas y conceptuales que tienen los gerentes como parte de su gestión para lograr los objetivos organizacionales. Se deduce que los conductores de las Mypes en su mayoría son propietarios quienes han logrado posicionar sus empresas en el mercado en función a sus conocimientos empíricos de administración.
- El 50.00% de los representantes de las Mypes tienen un tiempo de desempeño en el cargo de 3 a 6 años. Se infiere que la mitad de los conductores de las Mypes empresas son empresarios relativamente con pocos años de experiencia gerencial comparándolos con aquellos que están con más de 15 años en el rubro de imprentas.

Respecto a las micro y pequeñas empresas

- El 44.44% de las imprentas encuestadas tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 7 a más años. Esto difiere con Meló (2017) quien indica que en su mayoría 42.30% son empresas jóvenes de 1 a 3 años de permanencia. Se concluye que los conductores de las Mypes de este rubro son empresarios quienes se van acostumbrando a su zona de confort ya que al igual de aquellos que tienen más de 10 años de permanencia en el mercado no han logrado surgir como medianas empresas es decir existe una conformidad a ser siempre micro y pequeñas empresas.
- El 66.66% de las imprentas tienen de 1 a 5 trabajadores. Esto coincide ligeramente con Meló (2017) quien indica que tiene en su mayoría 42.30% de 1 a 3

trabajadores, según el Ministerio de Trabajo, las Mypes brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y su importancia se basa en que aportan al ingreso nacional y al incremento económico, así mismo, según Ñuño (2012) precisa sobre el tamaño pequeño de la empresa que la estructura organizativa de la empresa, está constituida por el número de colaboradores que trabajan en ella, así como, también lo constituye los ingresos por las ventas que realizan cada año. Se concluye que la mayoría de las Mypes del sector servicios rubro imprentas tienen de 1 a 5 trabajadores, debido a que tener más implicaría un sobre costo laboral que tendría un impacto directo en el precio de los servicios, hay que indicar que en la mayoría de éstas empresas los trabajadores no cuentan con beneficios sociales y trabajan más de 08 horas y les cancelan con recibos de honorarios.

- El 55.56% de las imprentas encuestadas cuentan con personal no familiar que trabaja en la empresa, esto difiere con Ñuño (2012) quien indica que la estructura organizacional de las Mypes tiene predominio la de administración familiar, así mismo, Pro Inversión (2006) indica sobre las personas jurídicas (empresas) como forma de organización de las Mypes están constituidas por una o varias personas naturales o jurídicas que desean realizar negocios formalmente. Se concluye que las empresas del rubro de imprentas en su mayoría cuentan con personal no familiar laborando en ella.
- El 83.33 de las imprentas tienen como objetivo de creación el generar ganancias. Esto coincide con lo afirmado por Ñuño (2012) que dice que las empresas tienen como propósito lograr la rentabilidad para el propietario, la compañía y la colectividad, donde se mezclan los diferentes factores productivos dentro de una

estructura organizativa. Se deduce que la mayoría de empresas tiene como objetivo de creación el generar ganancias, para ello se debe satisfacer las necesidades de los clientes cada vez más exigentes y las necesidades de los accionistas y colaboradores de la empresa.

Respecto a la gestión de calidad en atención al cliente en las Mypes

- El 61.11% de los representantes de las Mypes rubro imprentas manifestaron conocer el termino gestión de calidad. Se concluye que la mayoría de los conductores de las Mypes conocen el término de gestión de calidad, pero lo interpreta cada cual a su propia realidad y manera de hacer las cosas.
- El 72.22 de los representantes de las Mypes manifestaron conocer la técnica moderna de gestión de calidad en atención al cliente. Esto difiere con Okaña (2017), quien manifiesta que 64.3 % conoce y utiliza la técnica de Benchmarking para asegurar la calidad en atención al cliente. Se concluye que la técnica más utilizada por los conductores de las Mypes en el rubro de imprentas es la de atención al cliente esto debido a que depende su permanencia en el mercado por la buena atención al cliente en todos los procesos administrativos.
- El 44.44% de los representantes de las Mypes manifestaron que la poca iniciativa es una de las dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad, seguido de aprendizaje lento 11.11% .Esto coincide ligeramente con lo mencionado por Carrasco (2010) quien dice que al 40.00% del personal le falta conocimientos para brindar un servicio de calidad, según Ñuño (2012) hace referencia sobre los fracasos a los que están expuestas las Mypes entre ellas menciona a la incapacidad para contratar personal altamente adecuado, así como, resistencia a los cambios del medio ambiente empresarial. Se

deduce que las condiciones laborales adversas al personal que labora en este tipo de negocios va influenciar en la productividad del personal y sobre todo en la implementación de una adecuada gestión de calidad.

- El 50.00% de los representantes de las Mypes manifestaron que la observación es la principal técnica para medir el rendimiento del personal. Se concluye que al igual que la administración científica la observación es la principal técnica para medir el rendimiento del personal y a partir de ello los representantes de las Mypes del rubro de imprentas pueden contar con tiempos estándares para cada proceso de producción.
- El 94.44% de los representantes de las Mypes rubro imprentas manifestaron que la gestión de la calidad si ayuda a mejorar el rendimiento del negocio, según Pérez (2010) manifiesta que todo el personal de la empresa es responsable de brindar un servicio de calidad en la atención al cliente asegurando el logro de los objetivos internos de la empresa. Se deduce que existe una relación directa entre la gestión de calidad y rendimiento del negocio para ello se hace necesario el involucramiento de todo el personal de la organización.
- El 72.22% de los representantes de las Mypes dieron a conocer que la gestión de la calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa, según Solórzano (2013) menciona que las Mypes deben establecer objetivos, metas y presupuestos orientados a la gestión de la calidad en atención al cliente los cuales tienen que cumplirlos. Se concluye que la gestión de la calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa para ello se debe involucrar a todos los niveles administrativos de la organización, sobre todo teniendo una misión y visión clara de lo que se quiere lograr en el futuro como empresa.

- El 88.88% de los representantes afirman que si conocen el término de atención al cliente. Se comprueba que los conductores de las Mypes conocen el término de atención al cliente y están muy conscientes de su impacto en la rentabilidad de la empresa en el rubro de imprentas.
- El 66.67% de las empresas encuestadas manifestaron que si utilizan la gestión de la calidad en el servicio que brindan a sus clientes. Esto difiere con Melo (2017) quien indica que el 46.20% no evidencia una gestión de atención al cliente, así mismo, coincide con Okaña (2017) quien indica que 100. % de los encuestados aplica la gestión de calidad al cliente. Se comprueba que los conductores de las Mypes aplican la gestión de calidad en el servicio y están muy convencidos del impacto en la rentabilidad y supervivencia de la empresa en el rubro de imprentas.
- El 100.00% de los representantes de las Mypes afirman que si creen que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. Se concluye que una buena atención al cliente sumado a la satisfacción de sus necesidades, deseos y expectativas va a lograr que los clientes vuelvan a consumir los servicios que brinda la organización.
- El 50.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron que la comunicación es la principal herramienta que utilizan para un servicio de calidad. Se concluye que una buena comunicación con el personal de la empresa, así como, con los clientes es fundamental para lograr un eficiente servicio de calidad.
- El 44.45% de los representantes de las Mypes afirman que la atención personalizada es el principal factor para la calidad del servicio que brinda. Esto difiere con Sánchez (2017) quien manifiesta que el factor más importante en la

calidad de servicio es la confiabilidad (4.6), siendo esta la más cercana a 5 en la escala de Likert, además , esto contrasta con Marchan (2015) quien indica que el tiempo de entrega 64.00% el factor más importante en la calidad del servicio, según Solórzano (2013) afirma que coexisten particularidades del personal que brinda atención a los clientes como es la formalidad, iniciativa, ambición, disposición de servicio, observación, enfoque positivo y colaboración. Se concluye que una eficiente atención personalizada a los clientes es el principal factor para la calidad del servicio que sumado a otros factores garantiza que los clientes retornen a comprar los servicios que brinda la empresa.

- El 83.33% de los representantes de la Mypes expresaron que la atención que brinda a los clientes es buena. Esto difiere con Carrasco (2010) quien menciona que 31.00 % de los servicios que brindan a los clientes eran buenos, así mismo, coincide con Rodríguez (2017) quien demostró que el 64.70% de la atención brindada a sus clientes es buena, de la misma forma Marchan (2015) indica que el 24.00% de los clientes califica la atención que brindan como Excelente, además difiere con Vásquez (2017) quien indica que la atención al cliente es regular 69.7%. A continuación, se difiere con Zelada (2017) quien indica que la atención que se brinda a los clientes es regular 42.0%. Se concluye que la atención que se brinda a los clientes en el rubro de imprentas es buena 83.33%.
- El 38.89% de los representantes de las Mypes ante la interrogante porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente manifestaron que ellos si brindan una buena atención al cliente. Esto difiere con Rodríguez (2017) quien manifestó que 55.60% de los dueños no supervisan que la atención al cliente sea oportuna, así mismo, difiere con Zelada (2017) quien indica que la cordialidad

recibida por el personal es mala 50.0%, según Solórzano (2013) afirma que coexisten particulares del personal que está en relación con los clientes. Se concluye que los conductores de las Mypes del rubro de imprentas brindan una buena atención al cliente.

- El 50.00% de los representantes de las Mypes ante la pregunta que resultados han logrado brindando una buena atención al cliente manifestaron que lograron clientes satisfechos, según (Steven, Wouter y Frans, 2003) menciona que el cliente es más importante que la propia venta, además, según Talavera (2018) menciona que cuando se logre la personalización en la atención al cliente y que éste se sienta debidamente atendido y satisfecho, se tendrá un impacto positivo en la organización, de la misma manera, según Izquierdo (2018) menciona que los clientes los fidelizados lo conforman aquellos en los cuales se ha logrado un fuerte posicionamiento del servicio que brinda la organización y por lo general vuelven a consumir periódicamente los servicios y recomiendan a nuevos compradores. Se concluye que los resultados de una buena atención al cliente lograron clientes satisfechos con el servicio brindado por la empresa.

Plan de Mejora de Gestión de la Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

N°	Actividad	Responsable	Año
01	El tiempo de permanencia de las Mypes es de 7 años a más, se hace necesario realizar alianzas estratégicas con otras Mypes para poder lograr crecer y llegar a más mercados.	Representantes	2019
02	El grado de instrucción de los representantes es educación básica por lo que se hace necesario acceder a los servicios que ofrece el Ministerio de la Producción con la finalidad de recibir orientación gratuita mediante los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE), que brindan servicios de asesoría personalizada y asistencia técnica y que buscan elevar la productividad y competitividad de empresarios del sector MYPE, para lograr mejoras en su gestión de calidad.	Representantes	2019
03	Realizar programas de capacitaciones a los representantes y personal administrativo en técnicas modernas de la gestión de la calidad como Benchmarking, empowerment, y outsourcing al conocer estas técnicas modernas de gestión de la calidad los representantes podrán mejorar significativamente la atención al cliente satisfaciendo sus necesidades y superando sus expectativas de compra.	Representantes	2019
04	Es necesario que los representantes y el personal administrativo realicen programas de capacitación sobre técnicas para medir el rendimiento del personal lo que les permitirá mejorar el rendimiento de su personal en búsqueda de la mejor Gestión de calidad en atención al cliente.	Representantes	2019
05	Los representantes de las Mypes no conoce el término Gestión de Calidad, ésta falta de conocimiento pone en un serio peligro la permanencia de la empresa en el mercado, se hace necesario asistir a los programas de capacitaciones que realizan permanentemente las instituciones públicos y privados como la Cámara de Comercio de La Libertad ,Gobierno Regional , Ministerio de la Producción ,Sunat y así mismo solicitar el apoyo	Representantes	2019

	de la Universidad ULADECH para que sus estudiantes puedan asistir técnicamente a los representantes de la Mypes en temas de Gestión de Calidad		
06	Se hace necesario elaborar entre los representantes y empleados el respectivo organigrama de la institución, así como, los manuales de organización y funciones con la finalidad de mejorar la estructura de la organización y conocimiento de las funciones de los empleados a fin de brindar una mejor atención al cliente, porque no conocen su puesto.	Representantes	2019
07	Es necesario que realicen actividades de Marketing(merchandising)con la finalidad de posesionar a las empresas en la mente de los clientes y también capacitaciones en gestión de calidad en el servicio que se brinda a los clientes a fin de conseguir su fidelización y por ende el crecimiento de la empresa ya que les va a permitir generar más recursos.	Representantes	2019

VI. CONCLUSIONES

Finalizada la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

La mayoría de los conductores de las empresas encuestados tienen de 31 a 50 años de edad (61.11%), así mismo, son de sexo masculino (77.78%) y la mitad de los representantes encuestados tienen un grado de instrucción Superior no universitaria (50.00%), de igual manera, la mayoría son dueños (55.56%), luego la mitad de los representantes encuestados tienen un tiempo de desempeño en el cargo de 3 a 6 años (50.00%), demostrándose en este rubro que existen empresarios con una madures empresarial, con muchos años en el mercado y se hace necesario por parte de los representantes de las Mypes contar con nuevos conocimientos superiores a través de instituciones público y privadas que conlleve a mejorar la gestión de la calidad en atención al cliente.

La mayoría simple de las Mypes del sector servicios - rubro imprentas tienen un tiempo de continuidad en el rubro de 7 a más años (44.44%), así mismo, la mayoría tienen de 1 a 5 trabajadores. (66.66%), también la mayoría de las micro y pequeñas empresas cuentan con personal no familiar que trabaja en la empresa (55.56%), de igual manera, la mayoría de las Mypes tienen como objetivo de creación el generar ganancias (83.33%), demostrando que en este rubro los empresarios que no están dispuestos a dejar de ser micro y pequeños empresarios, y se hace necesario salir de esta zona de confort.

La mayoría de los representantes de las Mypes rubro imprentas manifestaron si conocer el termino gestión de calidad (61.11%), así mismo manifestaron conocer la

técnica moderna de gestión de calidad de atención al cliente (72.22%), y la mayoría simple de los representantes de las Mypes manifestaron que la poca iniciativa es una de las dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad (44.45%), de igual manera, la mitad de los representantes de las Mypes manifestaron que la observación es la principal técnica para medir el rendimiento del personal (50.00%), luego la mayoría de los representantes de las Mypes manifestaron la gestión de la calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio(94.44%) después, la mayoría de los representantes de las Mypes manifestaron que la gestión de la calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa (72.22%),así pues, la mayoría de los representantes de las Mypes manifestaron que si conocen el termino de atención al cliente (88.88%), a continuación la mayoría de los representantes de las Mypes manifestaron que si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes (66.66%), de igual manera, la totalidad de los representantes de las Mypes del rubro imprentas manifestaron que si creen que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento (100%), y la mitad de los representantes de las Mypes manifestaron que la comunicación es la principal herramienta que utilizan para un servicio de calidad (50.%), de igual manera, la mayoría simple de los representantes de las Mypes manifestaron que la atención personalizada es el principal factor para la calidad del servicio que brinda (44.45%), luego, la mayoría de los representantes de las Mypes manifestaron que la atención que brinda a los clientes es buena (83.33%), después, la mayoría simple de los representantes de las Mypes ante la pregunta porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente manifestaron que ellos si brindan una buena atención al cliente (38.89%), así pues, la mitad de los representantes de las

Mypes ante la pregunta que resultados han logrado brindando una buena atención al cliente manifestaron que lograron clientes satisfechos (50.00%), demostrándose entonces que las Mypes involucradas conocen el termino gestión de calidad pero desconocen las técnicas modernas de gestión de calidad que les permitiría mejorar la atención a los clientes, y se hace necesario desarrollar capacitaciones en temas específicos como Benchmarking para adquirir las experiencias exitosas de gestión de calidad en atención al cliente de otras empresas y mejorarla en la nuestra , Empowerment para poder delegar y confiar en todo el personal de la organización y conferirle el poder tomar decisiones, Outsourcing con la finalidad de que las Mypes puedan tercerizar algunos procesos que podrían ser desempeñadas por otras empresas más eficientes y con ello elevar la gestión de calidad que conlleve a una mejor atención a los clientes.

Aspectos complementarios

RECOMENDACIONES:

Los representantes de las Mypes en estudio, en función a los resultados obtenidos continuar con estudios superiores que les permita desarrollarse intelectualmente, y aumentar su nivel de instrucción enfocado en conocer más sobre administración, esto les permitirá mejorar la gestión de calidad en atención al cliente.

Los representantes, en función a los resultados obtenidos, salir de su zona de confort y asociarse con otras Mypes del rubro imprentas a fin de conformar medianas empresas que les permitan llegar a nuevos mercados, con mejor tecnología, con nuevas ventajas competitivas, con la finalidad de mejorar la gestión de calidad en atención al cliente.

Los representantes de las Mypes en estudio, en función a los resultados obtenidos desarrollar un programa de capacitaciones primero en técnicas modernas de gestión de calidad, que son usadas por empresas exitosas como el Benchmarking, Empowerment, técnica japonesa de las 5s, en segundo lugar en calidad en el servicio brindado, así mismo, se recomienda enfrentar las dificultades que tiene los trabajadores en las empresas como son poca iniciativa y aprendizaje lento que impiden la implementación de la gestión de calidad a través de motivadores extrínsecos como son los reconocimientos, mejoras en sus beneficios sociales y ponerlos en planillas.

Referencias

- Aguirre, B. (2013). *Mala atención al cliente: El dolor de cabeza de los consumidores y de las empresas*. Chile. Economía y negocios on Line. Recuperado de <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=104514>
- Carrasco, N. S. (2010). *Evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente en la hostería "Karen Estefanía" en la Ciudad de Guano, de la provincia de Chimborazo. Riobamba – Ecuador*: Tesis Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Decreto Supremo N° 007-200830 de Setiembre del 2008. Diario Oficial el Peruano, Lima, Perú,
- Filion, L. (2011). *Administración de Pymes*. México. México. Pearson Educación.
- INEI. (2013). *Resultados de la Encuesta de Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1139/index.html
- Izquierdo (2018). *Proceso de atención al cliente*. Recuperado de <https://www.aitecohttps://www.aiteco.com/proceso-de-atencion-al-cliente/>
- Ley N° 30056. *Diario Oficial el Peruano*, Lima, Perú, 02 de Julio del 2013.
- Marchan, E. (2015). *Gestión de calidad y merchandising en las mype rubro imprenta de Talara, año 2015*. (Tesis grado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú.
- Melo, S. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en el sector comercial, rubro ferreterías, clúster jr. 7 de junio Distrito de Calleria. 2017*. (Tesis grado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú.
- Najul, J. (2011, diciembre). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*. Observatorio Laboral Venezolano. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148002>
- Nuño, P. (2012). *Administración de las pequeñas empresas*. Tlalnepantla, México. Red Tercer Milenio.

- Okaña, K. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón y spa en Trujillo centro, año 2017*. (Tesis grado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú.
- Otto Regalado (2018). *Como mejorar la atención al cliente en tu empresa*. Lima, Perú. ESAN. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/sala-de-prensa/2018/09/>
- Peresson, L. (enero 2008). *Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente*. UVA. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/calidad-enfocada-cliente/calidad-enfocada-cliente.pdf>
- Pérez, V. (2010). *Calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. Vigo. España. Ideas propias.
- Popoca, H. (2014). *Artes gráficas en México. Tu Interfaz de negocios*. Recuperado de <https://tuinterfaz.mx/articulos/19/144/artes-graficas-en-mexico/>
- Pro Inversión (2006). *Guía para el desarrollo de La Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado de <http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/Mype.pdf>
- Redacción RPP (2016). *Calidad en la atención al cliente*. Lima, Perú. RPP. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/negocios/la-calidad-en-la-atencion-al-cliente-noticia-963323>
- Rodríguez, Y. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. (Tesis grado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. D.F. México. McGraw-Hill
- Sánchez, A. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger diner de Gualan, Zacapa*. (Tesis grado). Universidad Rafael Landívar. España.
- Solórzano, G. (setiembre.2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente*. El Buzón de Pacioli. Recuperado de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Steven, Wouter, y Frans, (2003). *Modelos claves de gestión*. EE.UU. Recuperado de <http://www.nlb.gov.sg/biblio/12276008>

- Talavera (2018). *Proceso de atención al cliente: fases y comportamientos*. Recuperado de <https://www.aiteco.com/proceso-de-atencion-al-cliente/>
- Vásquez, J. (2017). *Calidad de atención como estrategia para la captación de clientes en el Banco de la Nación de Huamachuco, La Libertad, 2017*. (Tesis grado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú.
- Vásquez, J. (24 de septiembre de 2013). *Importancia de las MYPE en el Perú*. (Mensaje en un blog). Recuperado de <http://pymesperuana.blogspot.com/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Zelada, L. (2017). *Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la Ferretería Solano EIRL en el Primer Semestre del 2016 en el Distrito de Trujillo*. (Tesis grado). Universidad Nacional de Trujillo. Perú.

Anexos

Anexo 01. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: GESTIÓN DE LA CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS – RUBRO IMPRENTAS, CERCADO DE TRUJILLO, AÑO 2018.

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

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al cliente?

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

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

20. Principales factores 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 a los clientes es:

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

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

1. No tiene suficiente personal.
2. Por una mala organización de los trabajadores.
3. Si brindan una buena atención al cliente.

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

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

Anexo 02 Figuras

Tabla 1

Principales características de los representantes de las Mypes del sector servicios- rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

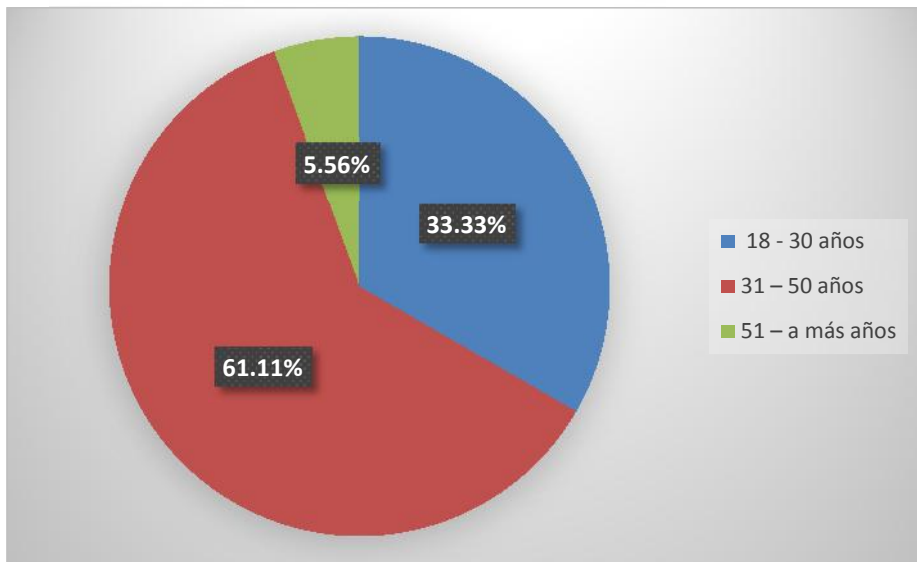


Figura 1: Edad.
Fuente: Tabla 1

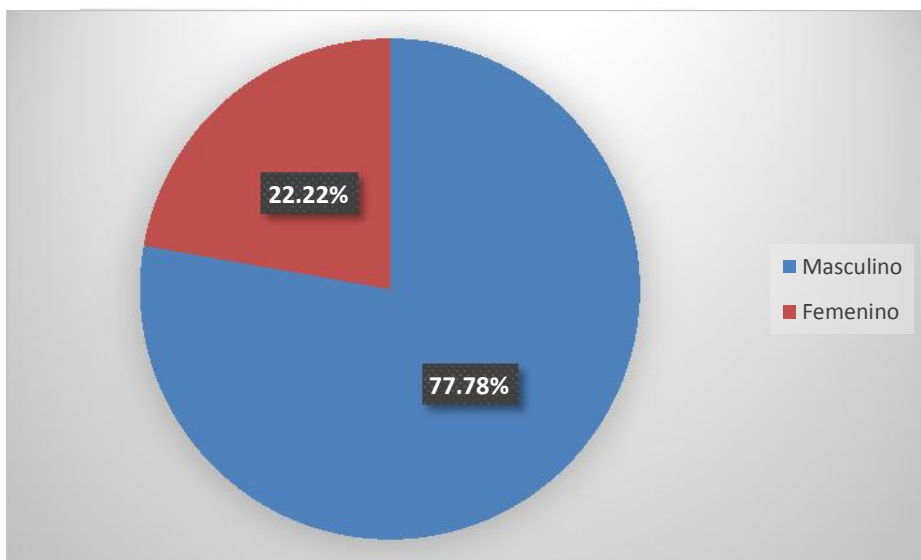


Figura 2: Género.
Fuente: Tabla 1

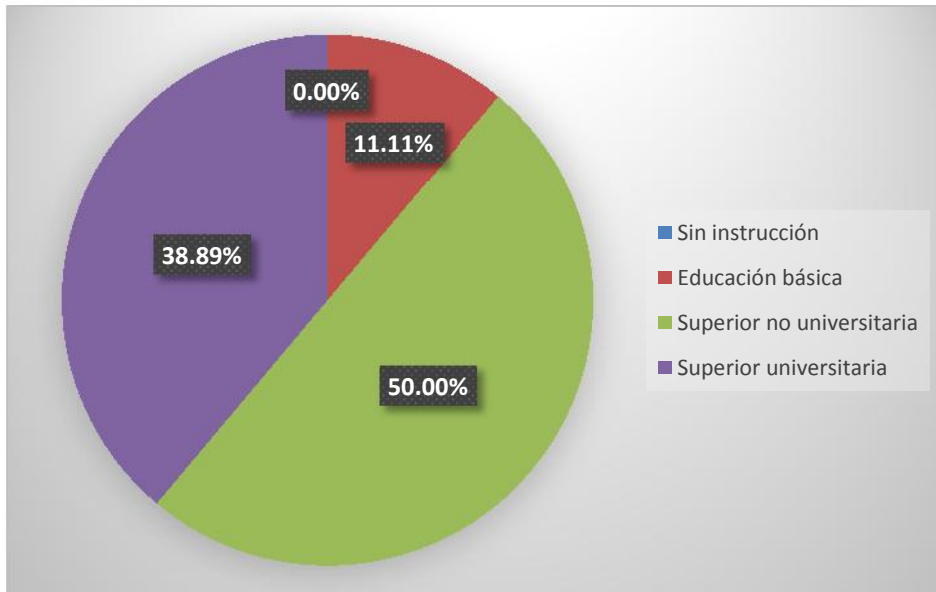


Figura 3: Grado de instrucción.
Fuente: Tabla 1

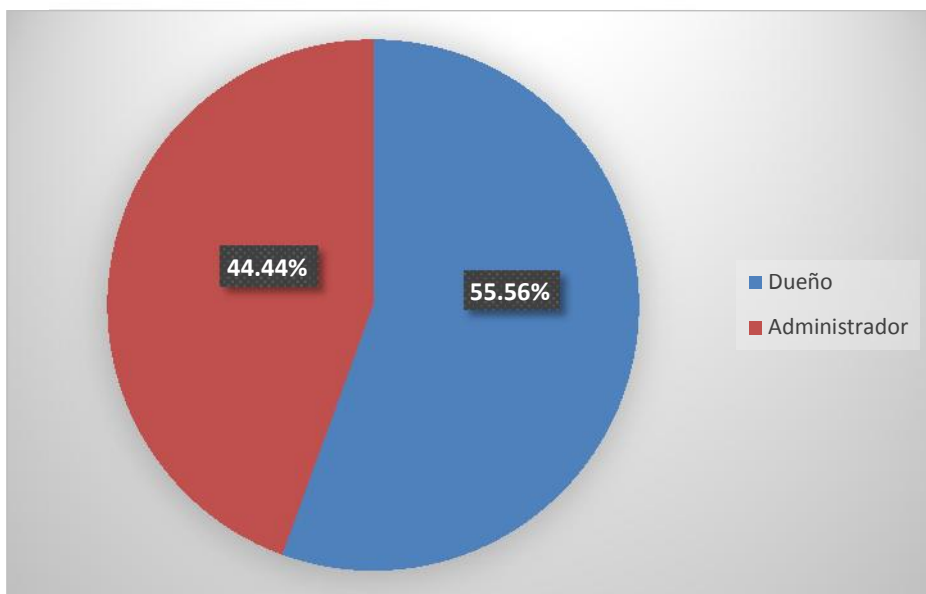


Figura 4: Cargo que desempeña en la empresa.
Fuente: Tabla 1

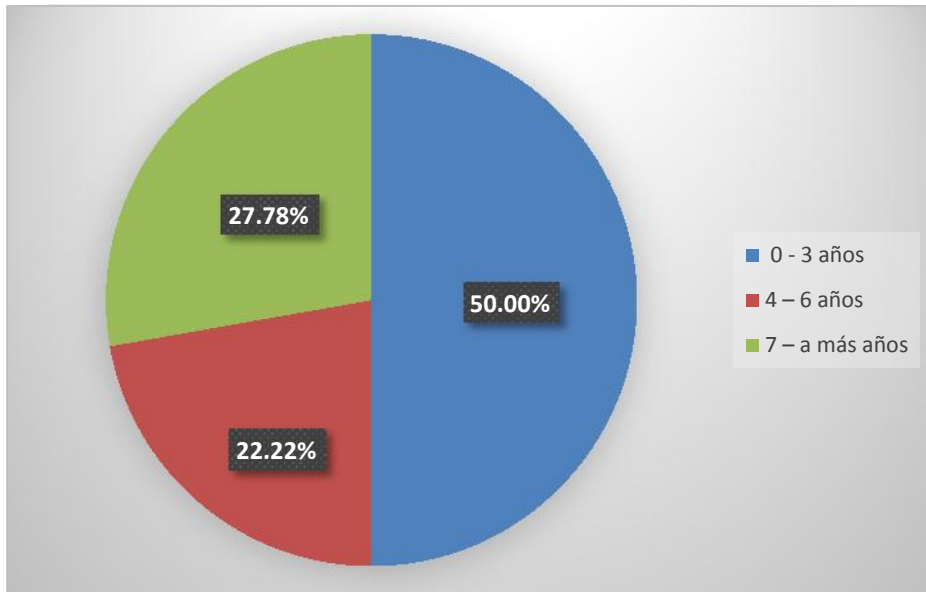


Figura 5: Tiempo que desempeñan el cargo.
Fuente: Tabla 1

Tabla 2

Principales características de las Mypes del sector servicios rubro imprentas, cercano de Trujillo, año 2018.

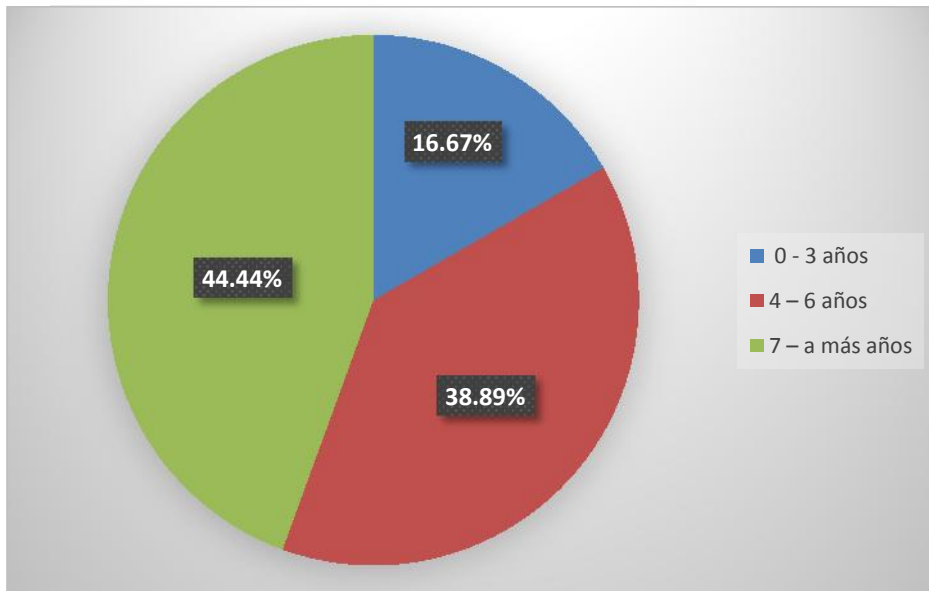


Figura 6: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.
Fuente: Tabla 2

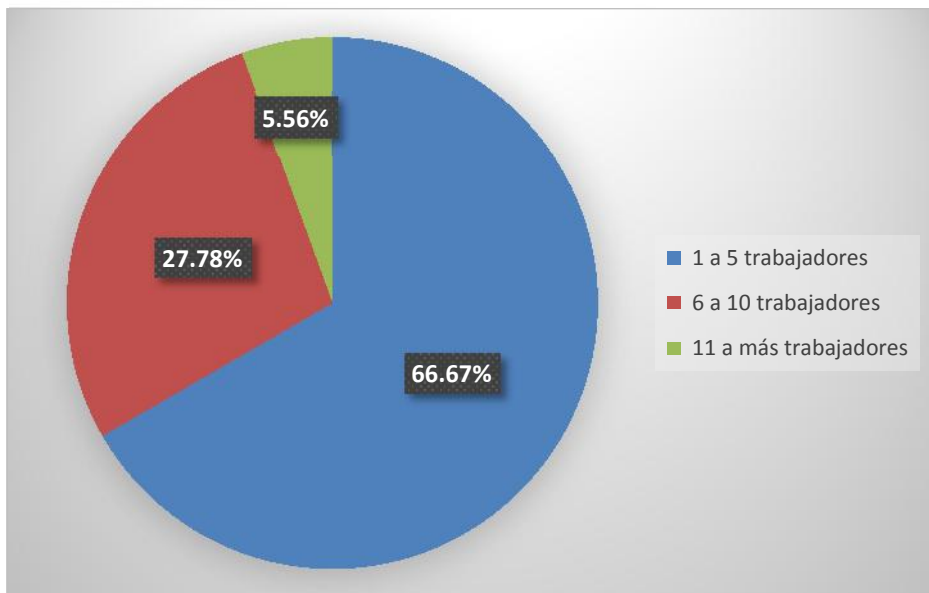


Figura 7: Número de trabajadores.
Fuente: Tabla 2

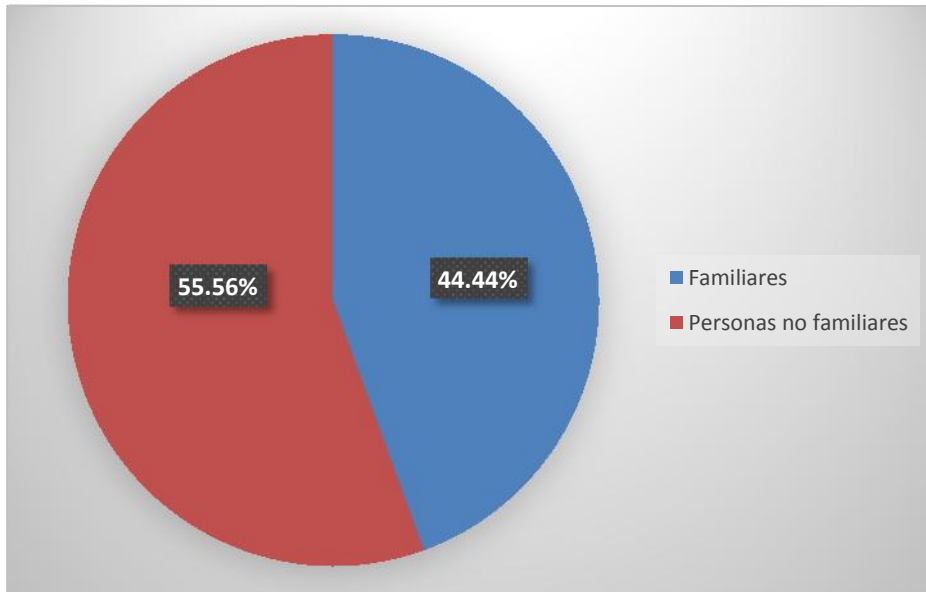


Figura 8: Personas que trabajan en la empresa.
Fuente: Tabla 2

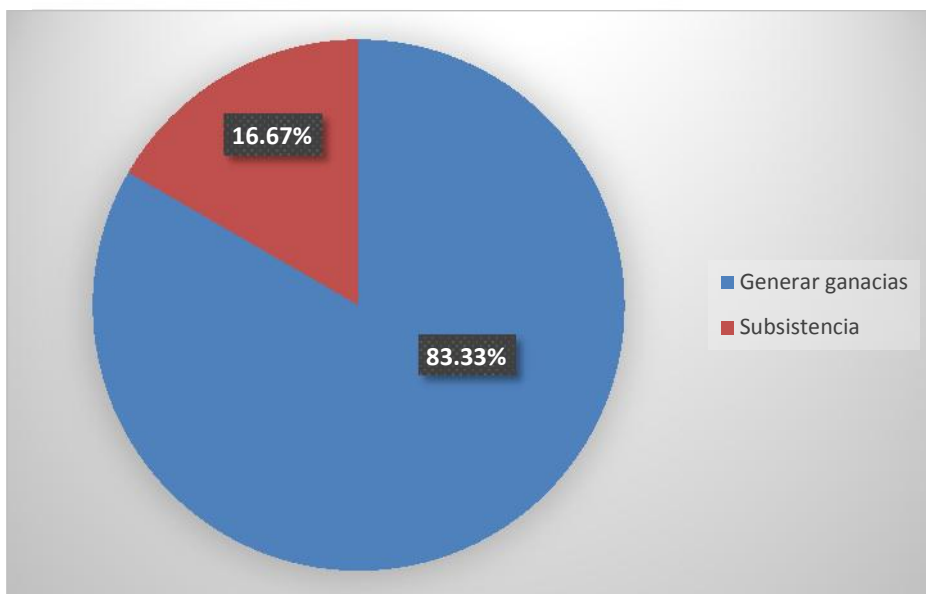


Figura 9: Objetivo de la creación.
Fuente: Tabla 2

Tabla 3

Principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Mypes del sector servicios rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018

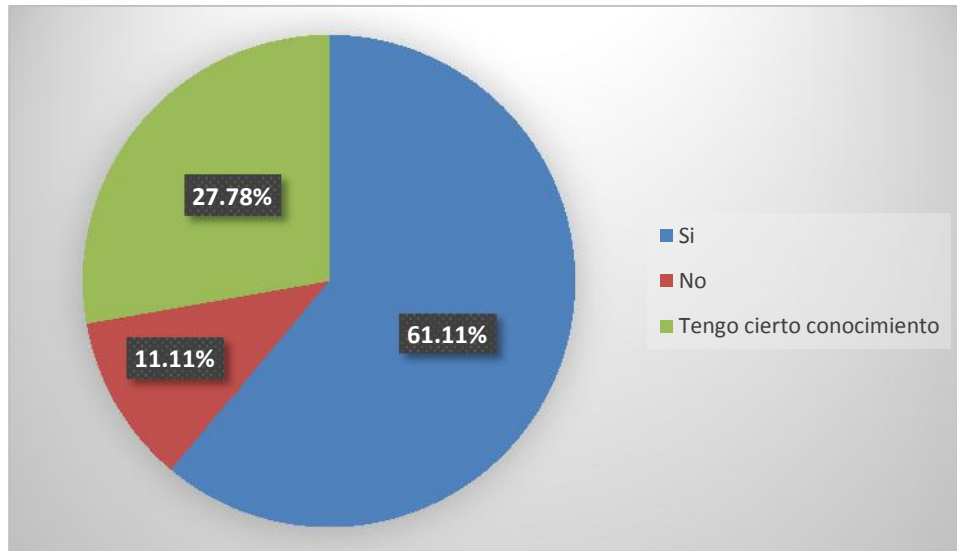


Figura 10: Conocimiento del termino Gestión de la Calidad.
Fuente: Tabla 3

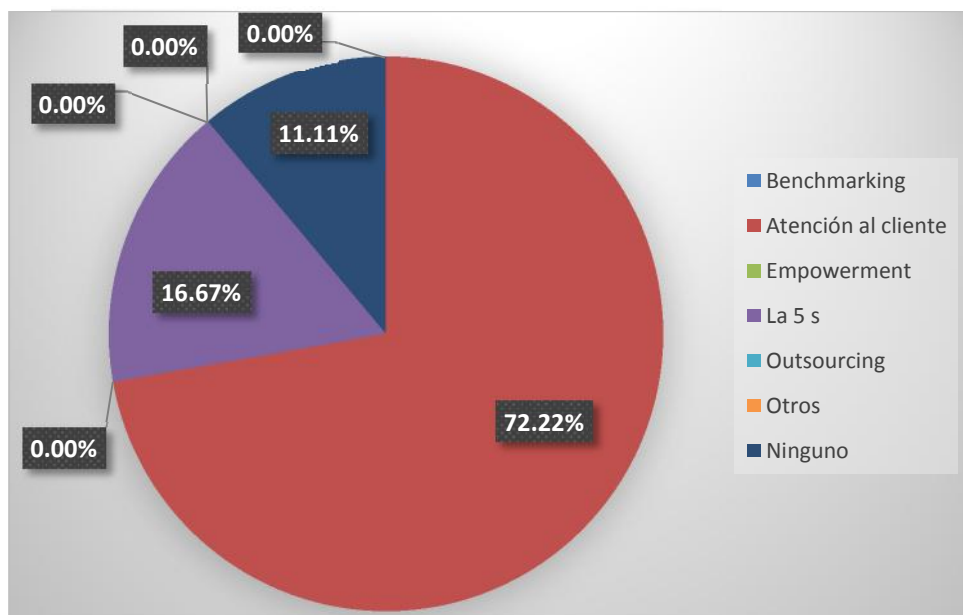


Figura 11: Conocimiento de técnicas modernas de la gestión de calidad.
Fuente: Tabla 3

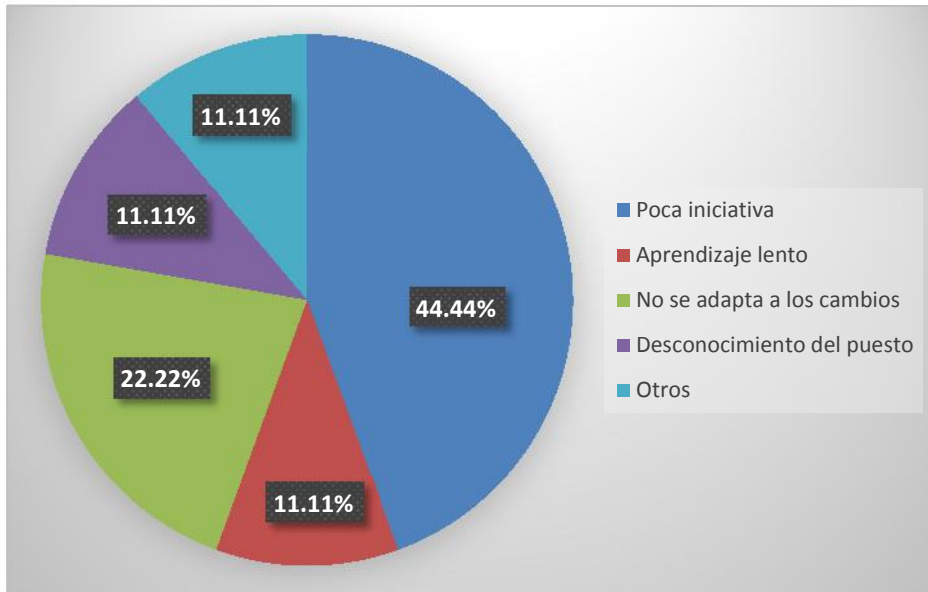


Figura 12: Dificultades en los trabajadores que impiden la implementación de la gestión de calidad.
Fuente: Tabla 3

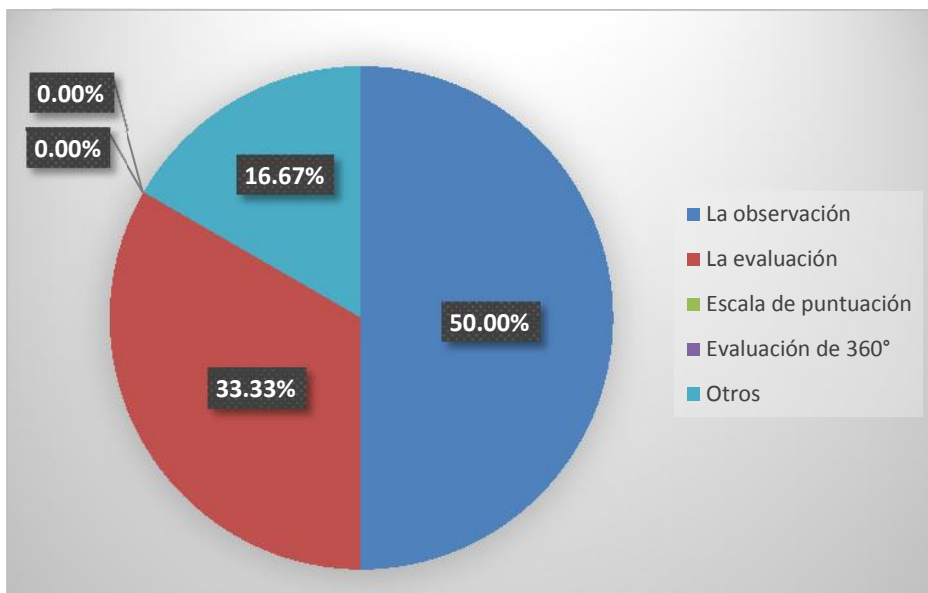


Figura 13: Conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal.
Fuente: Tabla 3

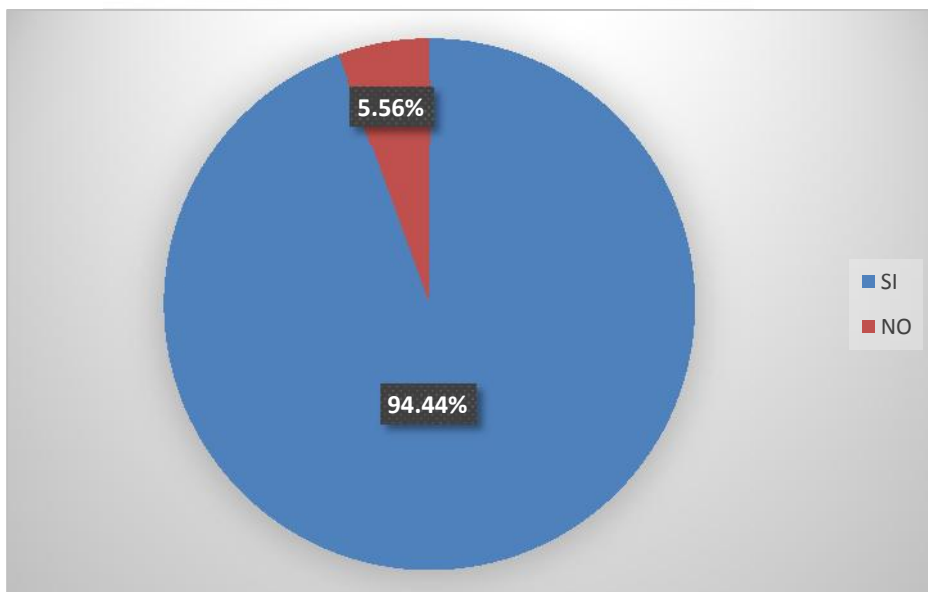


Figura 14: La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio
 Fuente: Tabla 3

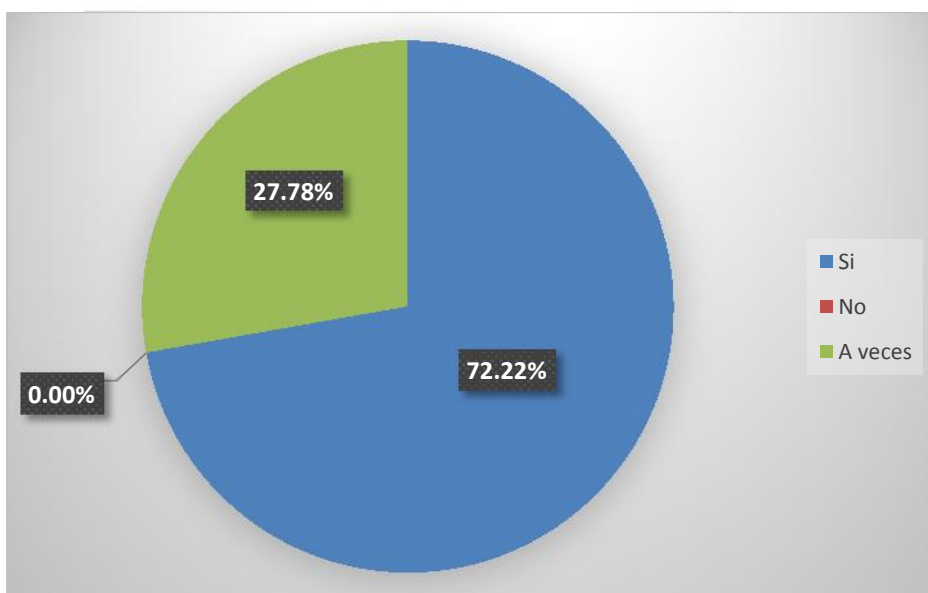


Figura 15: La gestión de la calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa.
 Fuente: Tabla 3

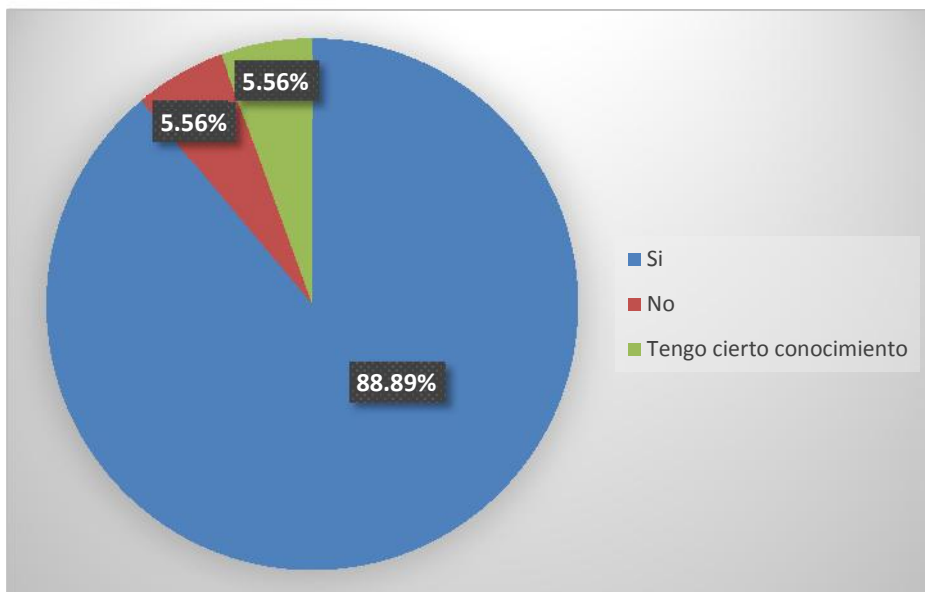


Figura 16: Conocimiento del término atención al cliente.
Fuente: Tabla 3

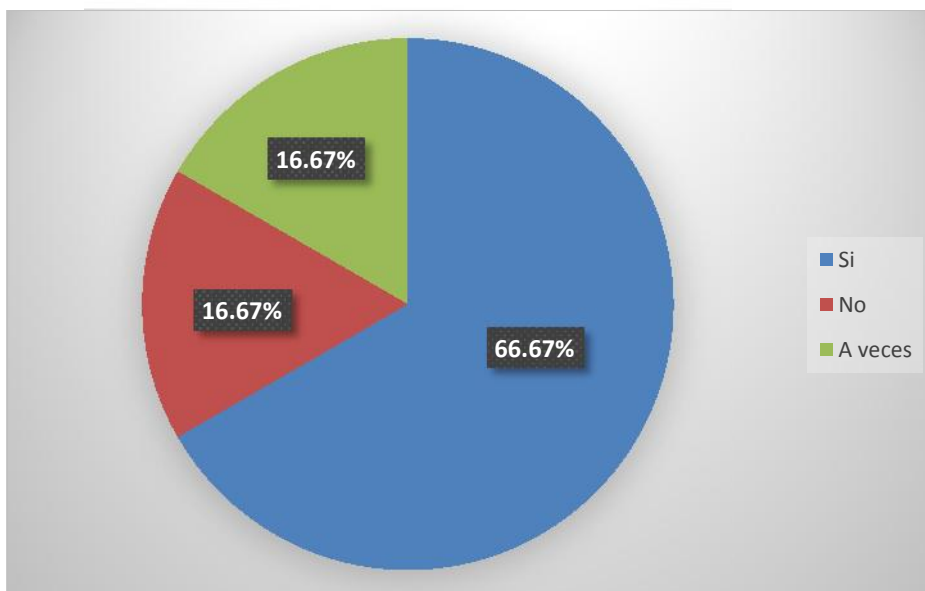


Figura 17: La gestión de la calidad aplicada en el servicio a los clientes.
Fuente: Tabla 3

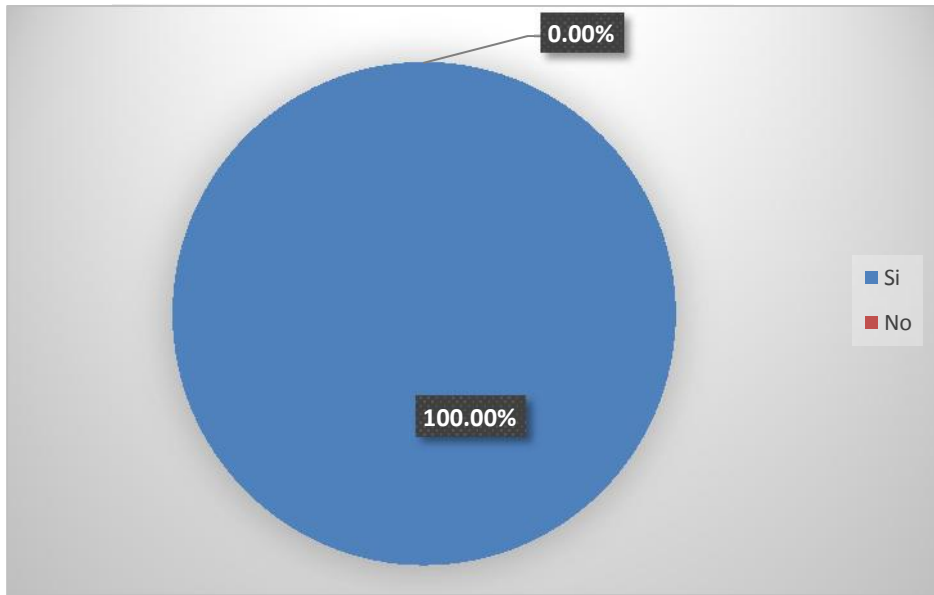


Figura 18: La atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento
Fuente: Tabla 3

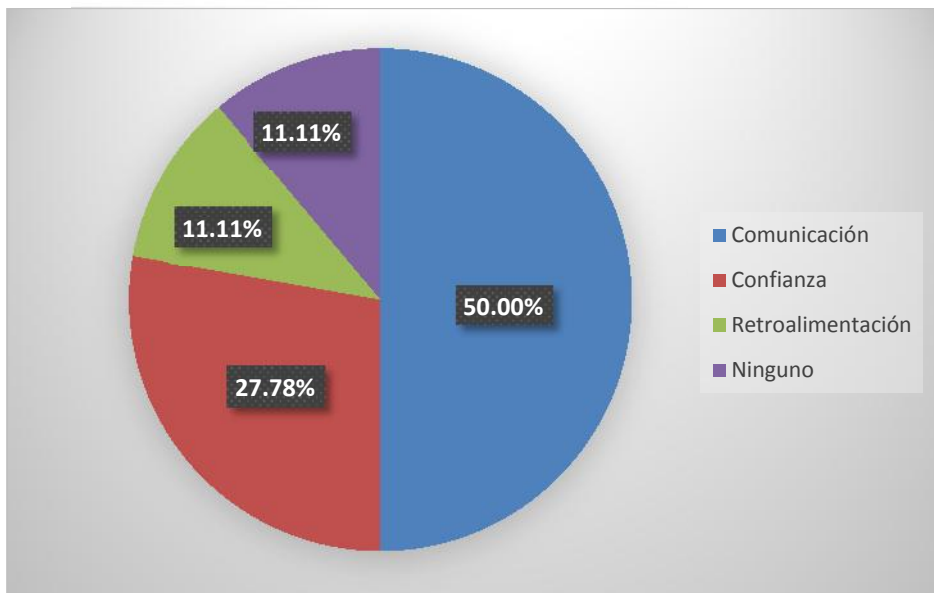


Figura 19: Conocimiento de herramientas para un servicio de calidad
Fuente: Tabla 3

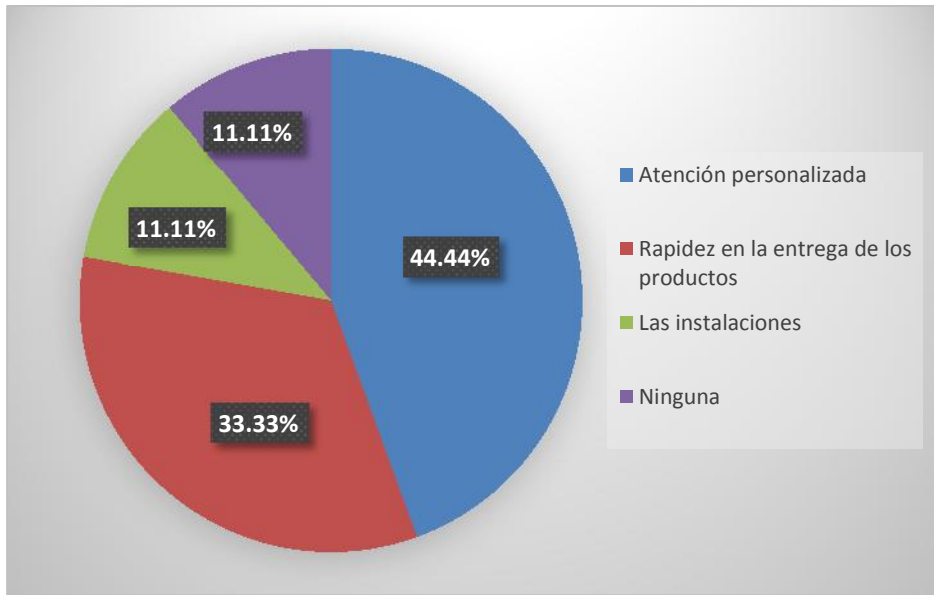


Figura 20: Conocimiento de los principales factores para la calidad del servicio.
Fuente: Tabla 3

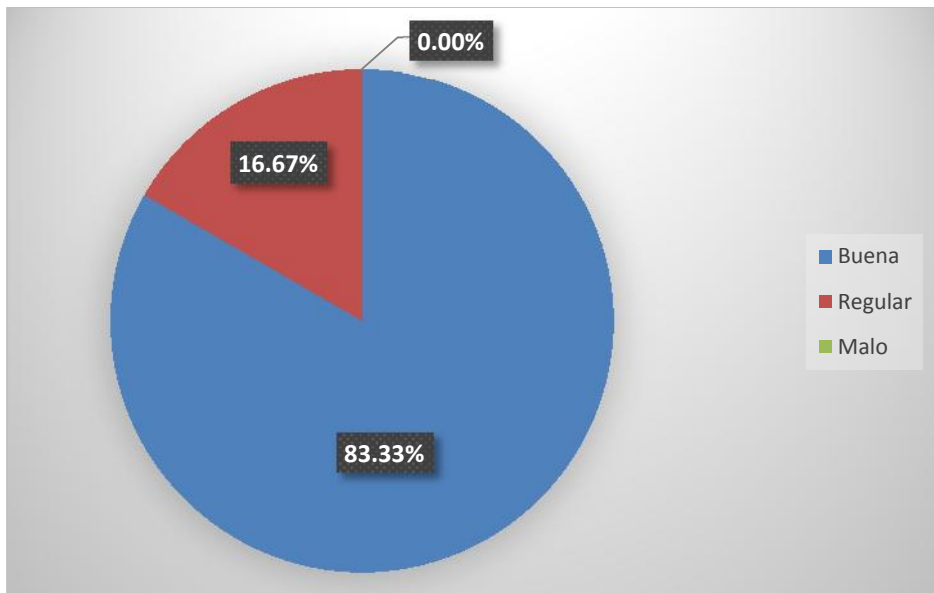


Figura 21: Conocimiento de la atención que se brinda a los clientes.
Fuente: Tabla 3

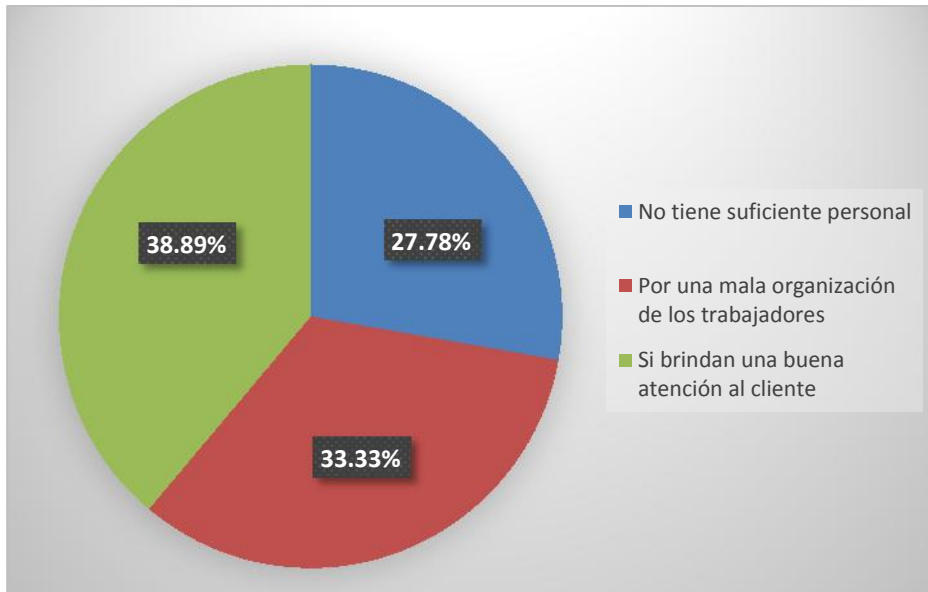


Figura 22: Razones porque la que se da una mala atención al cliente.
Fuente: Tabla 3

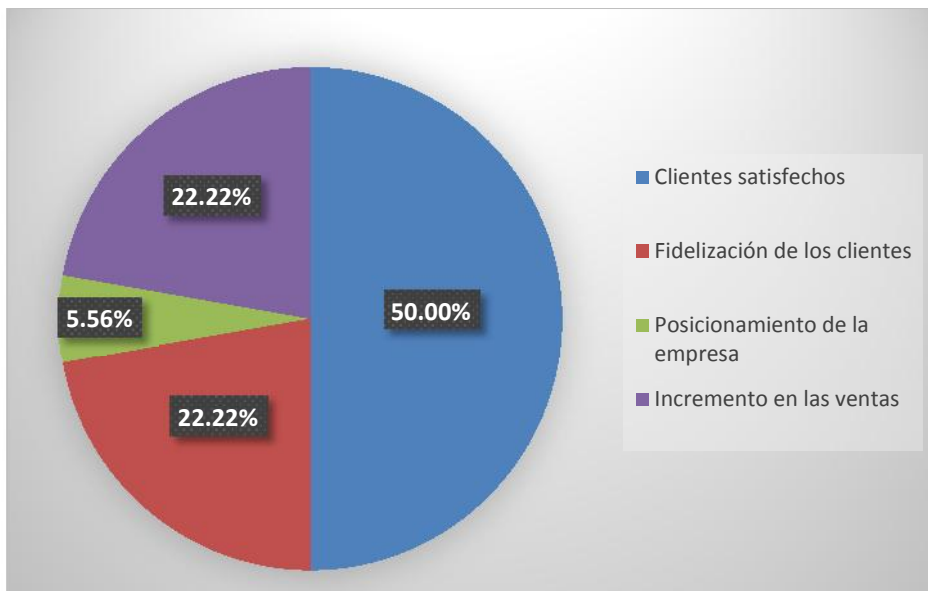


Figura 23: Resultados de una buena atención
Fuente: Tabla 3

Anexo 03 Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. Elaboración de proyecto de tesis	X	X	X	X											
2. Presentación y aprobación de proyecto					X										
3. Información preliminar del informe de tesis y la introducción						X									
4. Revisión de literatura							X	X							
5. Metodología, resultados y conclusiones de la investigación									X	X					
6. Presentación y evaluación del informe final de tesis											X	X	X		
7. Elaboración del artículo científico														X	
8. Sustentación de la tesis															X

Anexo 04 Presupuesto

Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Bienes de consumo:			
Papel bond	2 millares	15.00	30.00
Lapiceros	2 unidades	2.00	4.00
USB	1 unidad	25.00	25.00
Folder	3 unidades	1.00	3.00
Cuaderno	1 unidad	4.00	4.00
Resaltador	1 unidad	3.00	3.00
Tablilla	1 unidad	5.00	4.00
Total de bienes		55.00	73.00
Servicios:			
Pasajes	20	1.00	20.00
Impresiones	160 unidades	0.30	48.00
Copias	100 unidades	0.10	10.00
Anillados	3 unidades	15.00	45.00
Taller	4 cuota	625.00	2,500.00
Otros		600.00	600.00
Total de servicios		1,241.40	3,223.00
Total General		1,296.40	3,296.00

Anexo 05. Muestra y población

Se tomó una muestra de 18 imprentas elegidas por conveniencia

Nombre de la Empresa	Ubicación
Antonio Impresores E.I.R.L.	Jirón Bolívar N° 945
Editorial Imprenta WILLY	Avenida España N° 1321
Grafinor Editorial Imprenta S.A.C.	Jirón Estete N° 732
Imprenta Biffi E.I.R.L.	Jirón Zepita N° 387
Imprenta Bobadilla	Pasaje San Agustín N° 188
Imprenta Carter S.A.C.	Jirón Pizarro N° 574
Imprenta Editorial Color's E.I.R.L.	Jirón Independencia N° 993
Imprenta Florián	Jirón Pizarro N° 574
Imprenta Jhordan	Avenida España N° 1535
Imprenta La Asunción E.I.R.L.	Pasaje San Agustín N° 175
Imprenta Máximas E.I.R.L.	Avenida España N° 1530
Imprenta Renacimiento S.R.L.	Jirón Junín N° 314
Imprenta San José	San Martín N° 326
Impresos Valdez E.I.R.L.	Avenida España N° 1517
Javisa Impresores E.I.R.L.	Jirón Bolívar N° 879
Navarrete Impresores S.R.L.	Jirón Bolívar N° 976
Ramos Impresores S.A.C.	Jirón Gamarra N° 306
Servicios Gráficos Alcalde Marcelo S.A.	Avenida España N° 2283

Anexo 06. Hoja de resultados de trabajo

Tabla 1: Principales características de los representantes de las Mypes del sector servicios, rubro imprenta, cercado de Trujillo año 2018.

Preguntas	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad	De 18 – 30 años	VI	6	33.33
	De 31 – 50 años	XI	11	61.11
	De 51 a más años	I	1	5.56
	Total	XVIII	18	100.00
Género	Masculino	XIV	14	77.78
	Femenino	IV	4	22.22
	Total	XVIII	18	100.00
Grado de instrucción	Sin instrucción		0	0.00
	Educación básica	II	2	11.11
	Superior no universitaria	IX	9	50.00
	Superior universitaria	VII	7	38.89
	Total	XVIII	18	100.00
Cargo que desempeña	Dueño	X	10	55.56
	Administrador	VIII	8	44.44
	Total	XVIII	18	100.00
Tiempo que se desempeña en el cargo	De 0 a 3 años	IX	9	50.00
	De 4 a 6 años	IV	4	22.22
	De 7 a más años	V	5	27.78
	Total	XVIII	18	100.00

Tabla 2

Principales características de las Mypes del sector servicios, rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

Preguntas	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	De 10 a 3 años	III	3	16.67
	De 4 a 6 años	VII	7	38.89
	De 7 a más años	VIII	8	44.44
	Total	XVIII	18	100.00
Número de trabajadores	De 1 a 5 trabajadores	XII	12	66.66
	De 6 a 10 trabajadores	V	5	27.78
	De 11 a más trabajadores	I	1	5.56
	Total	XVIII	18	100.00
Las personas que trabajan en la empresa son:	Familiares	VIII	8	44.44
	Personas no familiares	X	10	55.56
	Total	XVIII	18	100.00
Objetivo de creación	Generar ganancias	XV	15	83.33
	Subsistencia	III	3	16.67
	Total	XVIII	18	100.00

Tabla 3

Principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Mypes del sector servicios, rubro imprentas, cercado de Trujillo, año 2018.

Preguntas	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Conoce el término gestión de la calidad?	Si	XI	11	61.11
	No	II	2	11.11
	Tengo cierto conocimiento	V	5	27.78
	Total	XVIII	18	100.00
Que técnicas modernas de la gestión de la calidad conoce:	Benchmarking		0	0.00
	Atención al cliente	XIII	13	72.22
	Empowerment	III	3	16.67
	La 5 s		0	0.00
	Outsourcing		0	0.00
	Otros	II	2	11.11
	Ninguno			
	Total	XVIII	18	100.00
¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?	Poca iniciativa	VIII	8	44.45
	Aprendizaje lento	II	2	11.11
	No se adapta a los cambios	IV	4	22.22
	Desconocimiento del puesto	II	2	11.11
	Otros	II	2	11.11
	Total	XVIII	18	100.00
	La observación	IX	9	50.00

Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:	La evaluación	VI	6	33.33
	Escala de puntuaciones		0	0.00
	Evaluación de 360°	III	3	16.67
	Otros			
	Total	XVIII	18	100.00
¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	Si	XVI	17	94.44
	No	I	1	5.56
	Total	XVIII	18	100.00
¿La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos trazados por la empresa?	Si	XIII	13	72.22
	No		0	0.00
	A veces	V	5	27.78
	Total	XVIII	18	100.00
¿Conoce el término atención al cliente?	Si	XVI	16	88.88
	No	I	1	5.56
	Tengo cierto conocimiento	I	1	5.56
	Total	XVIII	18	100.00
¿Aplica la gestión de la calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	Si	XII	12	66.66
	No	III	3	16.67
	A veces	III	3	16.67
	Total	XVIII	18	100.00
¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?	Si	XVIII	18	100.00
	No		0	0.00
	Total	XVIII	18	100.00

Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	Comunicación	IX	9	50.00
	Confianza	V	5	27.78
	Retroalimentación	II	2	11.11
	Ninguno	II	2	11.11
	Total	XVIII	18	100.00
Principales factores para la calidad del servicio que brinda	Atención personalizada	VIII	8	44.45
	Rapidez en la entrega de los productos	VI	6	33.33
	Las instalaciones	II	2	11.11
	Ninguna	II	2	11.11
	Total	XVIII	18	100.00
La atención que brinda a los clientes es:	Buena	XV	15	83.33
	Regular	III	3	16.67
	Malo		0	0.00
	Total	XVIII	18	100.00
Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente	No tiene suficiente personal	V	5	27.78
	Por una mala organización de los trabajadores	VI	6	33.33
	Si brindan una buena atención al cliente	VII	7	38.89
	Total	XVIII	18	100.00

¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?	Clientes satisfechos	IX	9	50.00
	Fidelización de los clientes	IV	4	22.22
	Posicionamiento de la empresa	I	1	5.56
	Incremento en las ventas	IV	4	22.22
	Total	XVIII	18	100.00